



Universidad Nacional Mayor de San Marcos

Universidad del Perú. Decana de América

Facultad de Ingeniería Industrial

Escuela Profesional de Ingeniería Industrial

Estudio técnico y económico para la creación de una empresa que diseña, produce y comercializa prendas de vestir para mujeres SUD en Lima – Metropolitana

TESIS

Para optar el Título Profesional de Ingeniera Industrial

AUTOR

Karen Rocio VALER COMÚN

ASESOR

Néstor SANTOS JIMÉNEZ

Lima, Perú

2017



Reconocimiento - No Comercial - Compartir Igual - Sin restricciones adicionales

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

Usted puede distribuir, remezclar, retocar, y crear a partir del documento original de modo no comercial, siempre y cuando se dé crédito al autor del documento y se licencien las nuevas creaciones bajo las mismas condiciones. No se permite aplicar términos legales o medidas tecnológicas que restrinjan legalmente a otros a hacer cualquier cosa que permita esta licencia.

Referencia bibliográfica

Valer, K. (2017). *Estudio técnico y económico para la creación de una empresa que diseña, produce y comercializa prendas de vestir para mujeres SUD en Lima - Metropolitana*. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Facultad de Ingeniería Industrial, Escuela Profesional de Ingeniería Industrial]. Repositorio institucional Cybertesis UNMSM.



UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS
(Universidad del Perú, DECANA DE AMÉRICA)
FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL

ACTA N°070-VDAP-FII-2017

SUSTENTACIÓN DE TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE INGENIERA INDUSTRIAL

El Jurado designado por la Facultad de Ingeniería Industrial, reunido en acto público en el Auditorio de la Facultad de Ingeniería Industrial, el día **miércoles 08 de noviembre de 2017**, a las 19:00 horas, dio inicio a la sustentación de la tesis:

“ESTUDIO TÉCNICO Y ECONÓMICO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE DISEÑA, PRODUCE Y COMERCIALIZA PRENDAS DE VESTIR PARA MUJERES SUD EN LIMA - METROPOLITANA”

Que presenta la Bachiller:


VALER COMÚN KAREN ROCIO

Para optar el Título Profesional de Ingeniera Industrial en la Modalidad: **Ordinaria**.

Luego de la exposición, absueltas las preguntas del Jurado y siendo las 20:00 horas se procedió a la evaluación secreta, habiendo sido APROBADA por UNANIMIDAD con la calificación promedio de QUINCE (15), lo cual se comunicó públicamente.


Ciudad Universitaria, 08 de noviembre del 2017


MG. FELICIANO MUÑOZ, OSIRIS
Presidente


MG. MAVILA HINOJOZA, DANIEL HUMBERTO
Miembro


MG. SANDOVAL INCHAUSTEGUI, JULIO CESAR
Miembro




MG. SANTOS JIMENEZ, NÉSTOR
Asesor

DEDICATORIA

Este trabajo lo dedico a Dios por permitirme llegar a este momento tan especial de mi vida, por darme la fortaleza en momentos de tribulación y por su infinito amor. A la Iglesia de Jesucristo de los Santos de los Últimos Días por enseñarme los tesoros más valiosos de la vida.

A mis padres Melecio y Carmen con todo cariño y amor porque hicieron todo en la vida para que yo pueda lograr mis sueños.

A mi esposo Luis y a mis hermanas Edith y Evelyn, y a todas las personas que Dios puso en mi vida y que siempre estuvieron prestas a brindarme su apoyo.

RESUMEN

El presente estudio determina la viabilidad operativa, técnica y económica en la creación de una empresa que diseña, produce y comercializa prendas de vestir para mujeres miembros de la Iglesia de Jesucristo de los Santos de los Últimos Días en Lima – Metropolitana.

En el proyecto se prevé abastecer el 25% del mercado efectivo, que está conformado por mujeres Santos de los Últimos Días, las cuales demandan prendas de vestir según las normas de la Iglesia en un mercado que no satisface sus necesidades. Las tiendas de ventas se planea ubicarlas en los distritos de Los Olivos y La Victoria. La empresa contempla la venta principalmente de blusas, faldas, vestidos casuales, vestidos elegantes y vestidos de novia que sean modestos y recatados. El área de producción y administrativa del proyecto se planea establecer en el Emporio Comercial de Gamarra, en la región Lima, provincia de Lima y distrito de La Victoria, principalmente por las facilidades de acceso y cercanía a los proveedores y al punto de ventas.

La visión del proyecto es constituirse en una empresa reconocida en el Perú y a nivel latinoamericano por brindar productos únicos, de gran calidad y con variados diseños modestos y recatados.

La inversión inicial total asciende a S/. 363 827, los inversionistas aportarán el 60% de dicha inversión que equivale a S/. 218 296; el 40% restante por S/.145 531 se financiaría con un préstamo de la banca comercial.

Con las proyecciones financieras y económicas conservadoras para un horizonte de cinco años, la rentabilidad económica y la rentabilidad financiera del proyecto resulta 73,4% anual y 79,3% anual respectivamente.

INDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO 1: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	2
1.1. Identificación del Problema	2
1.2. Formulación del Problema	2
1.3. Justificación del Problema.....	3
1.4. Objetivos de la Investigación.....	3
1.5. Entidad Patrocinadora del Proyecto	4
CAPÍTULO 2: ANÁLISIS DEL ENTORNO EXTERNO.....	8
2.1. Segmento Económico	8
2.2. Segmento Político - Legal	11
2.3. Segmento Sociocultural	12
CAPÍTULO 3: ESTUDIO DE MERCADO	13
3.1. Metodología	13
3.2. Fuentes de Información.....	15
3.3. Definición y Caracterización del Consumidor	15
3.4. Segmentación	15
3.5. Análisis de la Demanda.....	16
3.6. Análisis de la Oferta	19
3.7. Estrategia de Comercialización	22
3.8. Análisis del Mercado Proveedor	25
3.9. Canales y Medios de Distribución	27
CAPÍTULO 4: ESTUDIO TÉCNICO.....	30
4.1. Especificaciones Técnicas del Producto	30
4.2. Ingeniería Básica	31
4.3. Centro de Operaciones	40
4.4. Control de Calidad	44
4.5. Plan de Conservación y Mitigación del Medio Ambiente	46
CAPÍTULO 5: ESTUDIO ORGANIZACIONAL	49
5.1. Planeamiento Estratégico	49
5.2. Organización del Equipo de Trabajo	51
5.3. Marco Legal	53
CAPÍTULO 6: INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO.....	59

6.1. Inversión en Activos Fijos y Capital de Trabajo	59
6.2. Cronograma de Inversiones	67
6.3. Plan de Financiamiento.....	67
CAPÍTULO 7: PRESUPUESTOS DE INGRESOS Y EGRESOS	69
7.1. Ingresos por Ventas	69
7.2. Costos Operativos Desembolsables.....	70
7.3. Análisis del Punto de Equilibrio	74
CAPÍTULO 8: EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA	76
8.1. Estado de Resultados	76
8.2. Determinación del Costo de Capital	77
8.3. Rentabilidad Económica.....	78
8.4. Rentabilidad Financiera.....	80
8.5. Análisis de Riesgo.....	82
8.6. Efectos Sociales del Proyecto	84
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	87
Conclusiones	88
Recomendaciones	89
BIBLIOGRAFÍA	90
ANEXOS	92

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA N° 1.1 Ejemplar del Libro de Mormón	5
FIGURA N° 1.2 Modo de vestir de Mujeres Santos de los Últimos Días.....	6
FIGURA N° 2.1 Proyección de la inflación en el Perú 2010-2018.....	10
FIGURA N° 3.1 Población y tasa de crecimiento del Perú 1950 - 2025.....	19
FIGURA N° 3.2 Proceso de comercialización.....	25
FIGURA N° 4.1 Macro localización de la empresa de confecciones.....	41
FIGURA N° 4.2 Micro localización de tienda y oficina	42
FIGURA N° 4.3 Diseño del área de producción y administración	43
FIGURA N° 4.4 Diseño de edificaciones e instalaciones de área de ventas.....	44
FIGURA N° 5.1 Organigrama de la empresa.....	51

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO N° 2.1 Producto Bruto Interno PBI 2017-2018 (Variación % Real)	9
CUADRO N° 2.2 Expectativas macroeconómicas del Tipo de Cambio (s/. Dólar) .	11
CUADRO N° 3.1 Demanda de prendas anual por mujer	17
CUADRO N° 3.2 Demanda potencial de prendas de vestir al 2017	17
CUADRO N° 3.3 Demanda potencial proyectada hasta el año 2022	19
CUADRO N° 3.4 Deducción del mercado objetivo	22
CUADRO N° 3.5 Marketing Mix usado por la competencia	22
CUADRO N° 3.6 Marketing Mix para la empresa propuesta.....	23
CUADRO N° 3.7 Identificación y caracterización del proveedor	25
CUADRO N° 3.8 Comparación de factores para selección de canales y medios ..	28
CUADRO N° 3.9 Evaluación para selección de canales y medios.....	29
CUADRO N° 4.1 Tipos de tela para prendas de vestir	30
CUADRO N° 4.2 Proceso de producción.....	31
CUADRO N° 4.3 Capacidad normal de la planta.....	32
CUADRO N° 4.4 Programa de producción por tipo de producto.....	32
CUADRO N° 4.5 Maquinaria	33
CUADRO N° 4.6 Precios de la maquinaria.....	34
CUADRO N° 4.7 Mobiliario y herramientas para tiendas	35
CUADRO N° 4.8 Mobiliario y herramientas para taller de producción	36
CUADRO N° 4.9 Mobiliario y herramientas para área administrativa	36
CUADRO N° 4.10 Requerimiento de mobiliario por área.....	37
CUADRO N° 5.1 Objetivos estratégicos de la empresa.....	50
CUADRO N° 6.1 Inversión y depreciación del activo fijo	59
CUADRO N° 6.2 Inversión y amortización del intangible	60
CUADRO N° 6.3 Consolidado de la inversión en activos fijos	61
CUADRO N° 6.4 Inversión en capital de trabajo.....	62
CUADRO N° 6.5 Materiales directos de producción por producto	63
CUADRO N° 6.6 Presupuesto de gasto de personal y servicios de terceros	64
CUADRO N° 6.7 Costos y gastos indirectos de fabricación.....	65
CUADRO N° 6.8 Gastos administrativos	66
CUADRO N° 6.9 Gastos de ventas	66
CUADRO N° 6.10 Cronograma de inversiones	67
CUADRO N° 6.11 Inversión total y financiamiento	68

CUADRO N° 6.12 Calendario de pago de deuda	68
CUADRO N° 7.1 Ventas e ingresos por ventas	69
CUADRO N° 7.2 Costos operativos desembolsables	70
CUADRO N° 7.3 Presupuesto de ventas, producción e inventario de productos terminados	71
CUADRO N° 7.4 Participación de trabajadores e impuesto a las ganancias	72
CUADRO N° 7.5 Costo de producción	72
CUADRO N° 7.6 Gastos operativos	73
CUADRO N° 7.7 Costos y gastos total en fase operativa	73
CUADRO N° 7.8 Análisis de punto de equilibrio	74
CUADRO N° 8.1 Estado de resultados sin deuda	76
CUADRO N° 8.2 Estado de resultados con deuda	77
CUADRO N° 8.3 Costo de capital	78
CUADRO N° 8.4 Flujo de caja económico.....	79
CUADRO N° 8.5 Indicadores de rentabilidad económica	80
CUADRO N° 8.6 Flujo de caja financiero	81
CUADRO N° 8.7 Indicadores de rentabilidad financiera	82
CUADRO N° 8.8 Sensibilidad VPNE - Precio y costo en falda	83
CUADRO N° 8.9 Sensibilidad VPNE - Precio y costo en vestido.....	83
CUADRO N° 8.10 Sensibilidad TIRE - Nivel de Deuda y tasa de interés.....	84
CUADRO N° 8.11 Indicadores de impacto social del proyecto	85

INTRODUCCIÓN

En la búsqueda de alternativas que resuelvan la creciente demanda de prendas de vestir en mujeres que asisten a la Iglesia de Jesucristo de los Santos de los Últimos Días y a la evidente inexistencia de proveedores que cumplan con los requisitos que ellas solicitan, se plantea crear una empresa que satisfaga dichas necesidades.

Las mujeres asisten a ciertas actividades de la Iglesia de Jesucristo de los Santos de los Últimos Días donde requieren utilizar prendas de vestir adecuadas a las normas de la Iglesia, que por lo general involucran vestidos, faldas y blusas que deben tener diseños recatados y discretos. Dichas personas no solo buscan que estas prendas estén diseñadas según las normas de la Iglesia, sino que también sean de diseños atractivos y según a la vanguardia de la moda en la sociedad actual.

Por tanto, en el presente trabajo se analiza la viabilidad técnica y económica para la creación de una empresa que diseña, produce y comercializa prendas de vestir para mujeres Santos de los Últimos Días en Lima – Metropolitana.

CAPÍTULO 1: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Identificación del Problema

El mercado textil si bien ofrece una gran variedad de prendas de vestir a la moda y a la vanguardia en nuevas tendencias del mercado global y nacional, se refleja que se olvida de un mercado que no se encuentra satisfecho con lo que las empresas textiles ofertan en la actualidad, como lo son las mujeres miembros de la Iglesia de Jesucristo de los Santos Últimos Días (IJSUD), ellas al ir de compras y buscar prendas de vestir que vayan de acuerdo con las normas de la Iglesia se encuentran con una escasa variedad de prendas que se ajusten a sus necesidades y preferencias.

1.2. Formulación del Problema

¿A través del tiempo será viable técnica y económicamente crear una empresa que diseña, produce y comercializa prendas de vestir para mujeres SUD en Lima - Metropolitana?

1.3. Justificación del Problema

Es conveniente estudiar, investigar y solucionar este problema puesto que hay un mercado que no se encuentra satisfecho con sus necesidades en cuanto a la adquisición de prendas de vestir que vayan conforme a sus preferencias personales y normas de la Iglesia a la que asisten; ante esta situación se plantea crear una empresa que cubra y satisfaga esta necesidad. Por tanto, es muy importante saber si esta empresa será viable operativa, técnica y económicamente a través del tiempo.

En el caso que se concluya que este proyecto es viable no solo serán beneficiadas los miles de mujeres miembros de la IJSUD en Lima- Metropolitana, sino que también se contribuirá a la generación de empleo y crecimiento económico del país.

1.4. Objetivos de la Investigación.

1.4.1. Objetivo General.

Determinar si el proyecto de crear una empresa que diseña, produce y comercializa prendas de vestir para mujeres SUD en Lima – Metropolitana es viable tanto operativa, como técnica y económicamente

1.4.2. Objetivos Específicos.

- ✓ Estimar si el mercado de mujeres Santos de los Últimos Días estaría dispuesto a comprar prendas de vestir que vayan de acuerdo a sus preferencias, necesidades y normas de la Iglesia en un solo lugar.
- ✓ Definir los productos que serán ofertados por la empresa y sus precios.
- ✓ Seleccionar la tecnología que se usará y estructura organizacional.

- ✓ Determinar la inversión y la rentabilidad de la empresa a crear.

1.5. Entidad Patrocinadora del Proyecto

1.5.1. La Iglesia de Jesucristo de los Santos de los Últimos Días

La Iglesia de Jesucristo de los Santos de los Últimos Días es una organización religiosa donde Jesucristo es la cabeza.

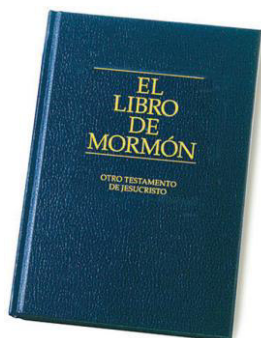
En sus comienzos, cuando se organizó la Iglesia, sólo se instituyó un marco básico y, a medida que la Iglesia iba creciendo, la organización de la misma continuó estableciéndose.

Un profeta, que actúa bajo la dirección del Señor, dirige la Iglesia. Ese profeta es también el Presidente de la Iglesia y posee toda la autoridad necesaria para dirigir la obra del Señor en la tierra. Al Presidente le ayudan dos consejeros. Los Doce apóstoles enseñan el Evangelio y regulan los asuntos de la Iglesia en todas partes del mundo. Otros oficiales generales de la Iglesia que tienen asignaciones especiales, entre los cuales se encuentran el Obispado Presidente y los *Quórumes* de los Setenta¹, sirven bajo la dirección de la Primera Presidencia y de los Doce apóstoles.

José Smith, el primer profeta de la Iglesia, tradujo el Libro de Mormón (Ver figura N°1.1), el cual contiene las verdades sencillas y preciosas del Evangelio de Jesucristo. Se recibieron muchas revelaciones más, las cuales se registraron como Escrituras en Doctrina y Convenios y en la Perla de Gran Precio.

¹ <https://www.lds.org/church/leaders/quorums-of-the-seventy?lang=spa>

FIGURA N° 1.1 Ejemplar del Libro de Mormón



Fuente: <https://www.lds.org/scriptures/bofm?lang=spa>

Desde la restauración de la Iglesia en el año 1830, el número de miembros de La Iglesia de Jesucristo de los Santos de los Últimos Días ha aumentado rápidamente. Hay miembros en casi todos los países del mundo y la Iglesia continuará creciendo.

Según una publicación de la prensa mormona en el año 2012 sobre el crecimiento de la Iglesia de Jesucristo de los Santos de los Últimos Días en Lima, Perú se contabilizó 40 estacas en el Área Lima; es decir, más estacas² que en cualquier otra área metropolitana de América del Sur. También se informó que en el año 1970 no había más que una estaca en Lima, para 1980 ya eran siete, 19 en 1990, 33 en 2000, 39 en 2010.

1.5.2. Mujer Santo de los Últimos Días

La mujer Santo de los Últimos Días o mujer SUD, como se le llamará en algunas oportunidades, es considerada como hija espiritual de Dios. Como mujer de fe, de virtud, de visión y de caridad, incrementa su testimonio de Jesucristo por

² Unidad administrativa compuesta por múltiples unidades de menor tamaño (barrios, o barrios y ramas)
<http://www.mormon.org/spa/preguntas-frecuentes/barrio-estaca-rama>

medio de la oración y del estudio de las Escrituras. Está consagrada al fortalecimiento del matrimonio, de la familia y del hogar, ama la vida y el aprendizaje, defiende la verdad y la rectitud.

1.5.3. Modo de Vestir de la Mujer Santo de los Últimos Días

Los profetas de la Iglesia de Jesucristo de los Santos de los Últimos Días, que son llamados a servir por Dios han aconsejado continuamente a sus hijas a vestir con modestia. Afirman que cuando una mujer está bien arreglada y viste de manera recatada, invita la compañía del Espíritu Santo y ejerce una buena influencia en las demás personas.

Para los miembros de la Iglesia de Jesucristo de los Santos de los Últimos Días la ropa inmodesta es cualquier prenda que sea ajustada, transparente o provocativa de cualquier manera. Se deben evitar los pantalones cortos o demasiado cortos, las faldas demasiado cortas, las camisetas o blusas que no cubran el estómago y prendas que no cubran los hombros o que sean sumamente escotadas por delante o por detrás; algunas prendas modestas se muestran en la Figura N° 1.2.

FIGURA N° 1.2 Modo de vestir de Mujeres Santos de los Últimos Días



Fuente: <https://www.lds.org/?lang=spa>

La mujer Santo de los Últimos Días demuestra respeto por el Señor y por sí misma vistiéndose de manera apropiada para las reuniones y las actividades de la Iglesia. Esto es particularmente importante cuando asisten a los servicios sacramentales³.

En la actualidad uno de los desafíos que enfrentan los miembros de la Iglesia de Jesucristo de los Santos de los Últimos Días es el de obedecer los principios de modestia en un mundo que es cada vez más inmodesto.

Silvia H. Allred, Primera Consejera de la Presidencia General de la Sociedad de Socorro⁴ mencionó: “El propósito original de la ropa fue cubrir nuestro cuerpo y protegerlo de los elementos; ese propósito sigue en vigencia, aun cuando ahora la vestimenta tiene también objetivos más complejos. Actualmente, puede ser la expresión de condiciones variadas como la riqueza, la posición social, la individualidad o la tendencia del grupo; pero la ropa también refleja nuestra actitud y nuestros valores. Para los Santos de los Últimos Días, nuestra manera de vestir demuestra la comprensión que tenemos del evangelio de Jesucristo y nuestra devoción hacia él”.

Cuando se comprende mejor la doctrina en que se fundamentan los principios de modestia, las mujeres Santos de los Últimos Días se dan cuenta de que ésta es la virtud que guía y modera las acciones.

³ <https://www.lds.org/general-conference/2008/10/sacrament-meeting-and-the-sacrament?lang=spa>

⁴ <https://www.lds.org/callings/relief-society?lang=spa>

CAPÍTULO 2: ANÁLISIS DEL ENTORNO EXTERNO

2.1. Segmento Económico

a) Crecimiento Económico

Según el último sondeo de *Bloomberg*⁵, la actividad económica del Perú crecería en 4,2% al cierre del año 2017.

b) Producto Bruto Interno PBI

Según el Reporte de Inflación del BCRP⁶ emitido en junio del 2017, se proyecta una baja del crecimiento del PBI, de 3,5% a 2,8%, y una alza para el año 2018, de 4,1% a 4,2%; según se observa en el Cuadro N°2.1.

En el sector económico de manufactura no primaria se proyecta para el año 2017 una baja de 0,8% a -0,9%, y para el 2018 se mantiene constante en 3%. Lo cual

⁵ http://es.wikipedia.org/wiki/Bloomberg_L.P.

⁶ BCRP: Banco Central de Reserva del Perú

es indicador importante para la industria textil y confecciones ya que habrán mayores demandas en el año 2018 para este rubro.

CUADRO N° 2.1 Producto Bruto Interno PBI 2017-2018 (Variación % Real)

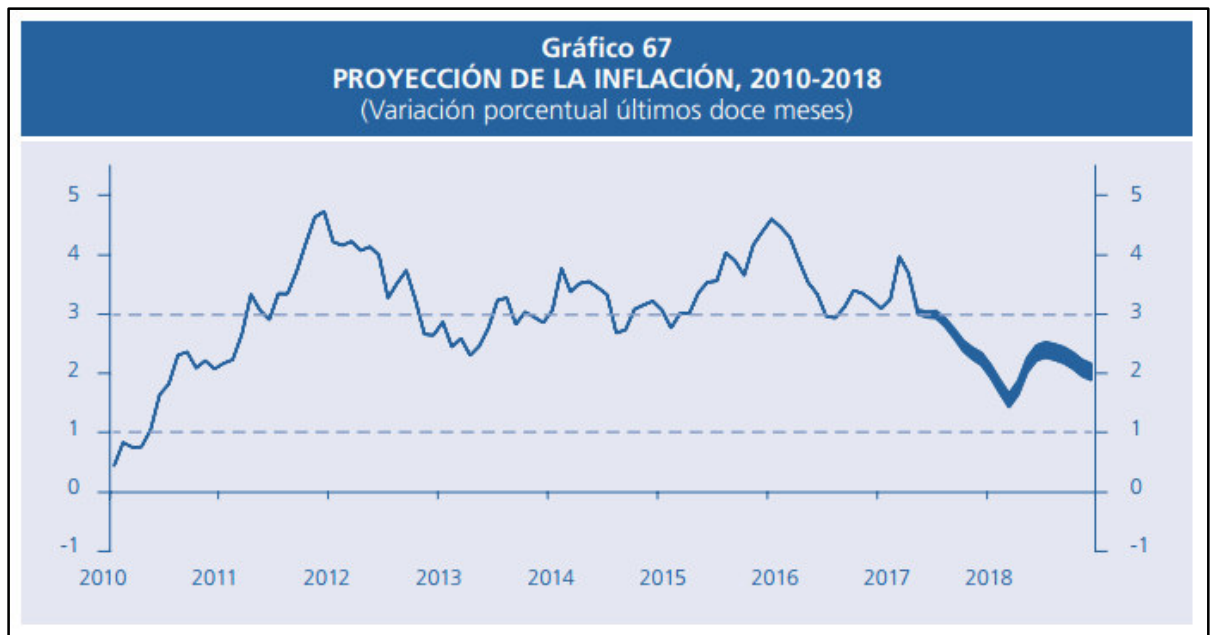
Cuadro 14 PBI POR SECTORES ECONÓMICOS (Variaciones porcentuales reales)							
	2016		2017*			2018*	
	I Trim.	Año	I Trim.	RI Mar.17	RI Jun.17	RI Mar.17	RI Jun.17
Agropecuario	2,5	2,0	-0,8	2,5	2,2	4,9	4,6
Agrícola	3,0	0,7	-4,6	1,7	1,3	5,4	4,8
Pecuario	1,8	3,9	4,2	3,7	3,5	4,2	4,2
Pesca	1,8	-10,1	37,9	13,6	34,0	20,4	5,5
Minería e hidrocarburos	15,7	16,3	4,1	6,9	4,3	5,9	7,1
Minería metálica	25,0	21,2	3,9	6,9	4,5	5,9	6,5
Hidrocarburos	-18,5	-5,1	5,3	6,8	3,5	6,4	9,8
Manufactura	-2,7	-1,5	1,7	2,2	2,3	3,8	3,2
Recursos primarios	1,3	-0,5	11,5	6,8	11,8	6,7	4,0
Manufactura no primaria	-4,2	-2,0	-1,0	0,8	-0,9	3,0	3,0
Electricidad y agua	10,3	7,3	1,0	4,6	3,1	4,5	4,5
Construcción	2,1	-3,1	-5,3	1,8	-0,7	6,0	8,0
Comercio	2,8	1,8	0,1	2,4	1,7	3,3	3,5
Servicios	4,4	3,9	3,0	3,4	2,9	3,5	3,4
PRODUCTO BRUTO INTERNO	4,5	3,9	2,1	3,5	2,8	4,1	4,2
Nota:							
PBI primario	10,3	9,8	4,4	6,0	5,3	6,0	6,1
PBI no primario	3,0	2,3	1,4	2,9	2,0	3,6	3,7
* Proyección. RI: Reporte de Inflación.							

Fuente: Reporte de Inflación BCRP, junio 2017

c) La tasa de inflación.

Según el Reporte de Inflación del BCRP emitido en junio del 2017, se proyecta que la tasa de inflación converja hacia 2% durante el horizonte comprendido entre 2017 y 2018, con una trayectoria que ubica la inflación alrededor de su límite superior durante el segundo trimestre del año, según se muestra en la Figura N°2.1. Este escenario considera que no habría presiones inflacionarias de demanda en el horizonte de proyección.

FIGURA N° 2.1 Proyección de la inflación en el Perú 2010-2018



Fuente: Reporte de Inflación BCRP, junio 2017

d) Tipo de Cambio.

Este indicador tiene impacto sobre el proyecto, debido a que se comprará equipos con precios que están cotizadas en dólares.

Según el Reporte de Inflación del BCRP emitido en junio del 2017, entre marzo y mayo de 2017, el tipo de cambio pasó de S/. 3,263 a S/. 3,271 por dólar.

Según la nota semanal N° 14 del Banco Central de Reserva del Perú, en la encuesta de expectativas macroeconómicas realizada en marzo del 2017 indica que el tipo de cambio para el 2017 fluctuará entre S/. 3,35 y S/. 3,40 y para el año 2018 se ubicará el tipo de cambio en un rango de S/. 3,40 y S/. 3,47 superaría los S/. 3,50, tal como se presenta en el Cuadro N°2.2.

CUADRO N° 2.2 Expectativas macroeconómicas del Tipo de Cambio (s/. Dólar)

Encuesta de Expectativas Macroeconómicas: Tipo de Cambio			
(S/ por US\$)*			
	Encuesta realizada al:		
	30 Ene.2017	27 Feb.2017	31 Mar.2017
Analistas Económicos 1/			
2017	3,43	3,41	3,38
2018	3,48	3,45	3,45
2019		3,44	3,45
Sistema Financiero 2/			
2017	3,42	3,37	3,35
2018	3,47	3,40	3,40
2019		3,42	3,45
Empresas No financieras 3/			
2017	3,47	3,40	3,40
2018	3,50	3,50	3,47
2019		3,50	3,50

1/ 16 analistas en enero, 16 en febrero y 17 en marzo de 2017.
2/ 19 empresas financieras en enero, 19 en febrero y 20 en marzo de 2017.
3/ 371 empresas no financieras en enero, 328 en febrero y 335 en marzo de 2017.
* Tipo de cambio al cierre del año.

Fuente: Banco Central de Reserva del Perú, marzo 2017

2.2. Segmento Político - Legal

Según el diario El Comercio del 02 de marzo del 2017, el director del Comité Textil de la Sociedad Nacional de Industrias, Leandro Mariátegui indicó que entre el 2012 y 2016 unas 779 empresas del sector textil confecciones dejaron de exportar. Se ha propuesto políticas de trabajo entre el Estado y el sector privado para mejorar esta situación, entre ellas figura el control de la competencia desleal en el mercado interno.

El director de Exportaciones de PROMPERÚ⁷, Luis Torres indicó que Perú es el segundo mayor exportador de prendas de vestir en la Alianza del Pacífico después de México.

⁷ PROMPERÚ. Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo.

El Gobierno del Perú en los últimos años ha mantenido una política de entablar TLC⁸ con las potencias del sector textil y confecciones como lo son EE.UU, China, Canadá, Indonesia, la India y Turquía. Esta política ha permitido aumentar el nivel de exportaciones y lograr una mayor competitividad con los diferentes países del mundo.

2.3. Segmento Sociocultural

Gamarra es el lugar favorito para comprar ropa en Lima Metropolitana reveló un estudio difundido por Produce y la CCL⁹.

Los consumidores peruanos prefieren las prendas de algodón nacional. El 68% de las mujeres visten con productos peruanos, mientras que sólo el 9% eligen la ropa importada, según un estudio difundido por el Ministerio de la Producción y la Cámara de Comercio de Lima.

El informe sobre el mercado de prendas de algodón revela que la calidad del material peruano es lo que mueve las preferencias de los consumidores. Los diseños y acabados de las prendas son, por el contrario, motivos importantes para quienes eligen la ropa importada.

⁸ TLC. Tratado de Libre Comercio

⁹ CCL. Cámara de Comercio de Lima.

CAPÍTULO 3: ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Metodología

Para llevar a cabo la investigación se utiliza el método concluyente- descriptiva en el estudio de mercado, el cual nos permite conocer las opiniones, expectativas y preferencias de las mujeres SUD¹⁰ que posteriormente serán analizadas y utilizadas en el desarrollo del proyecto.

Mediante la aplicación de la fórmula probabilística para poblaciones finitas se obtendrá una muestra representativa de la población de mujeres SUD en Lima Metropolitana, a las cuales se les aplicaran encuestas personales.

La mencionada fórmula a aplicar será la siguiente:

$$n = \frac{N \times z^2 \times p \times q}{d^2 \times (N-1) + z^2 \times p \times q}$$

¹⁰ SUD. Santos de los Últimos Días

Dónde:

n = Tamaño de la muestra que se calculará.

N = Población de mujeres SUD en Lima Metropolitana.

Z = Valor estadístico asociado a un nivel de confianza del 95% (1,96)

d = Margen de error 5%

p = Probabilidad de aceptación de 95%

q = Probabilidad de rechazo de 5%

3.1.1. Determinación del tamaño de la muestra:

Para realizar el muestreo se escogerá a la población de mujeres que se encuentran registradas como miembros de la Iglesia de Jesucristo de los Santos de los Últimos Días al año 2016, según datos estadísticos de la Iglesia, que cuenta con una población de 271 935 mujeres.

Puesto que se tiene una perspectiva positiva y clara de este proyecto, se espera que las prendas de vestir cuenten con mucha aceptación por la necesidad que se pretende cubrir de las mujeres SUD.

Por lo tanto, el tamaño de la muestra será:

$$n = \frac{271\,935 \times 1,96^2 \times 0,95 \times 0,05}{0,05^2 \times (271\,935 - 1) + 1,96^2 \times 0,95 \times 0,05}$$

$$n = 72,97 \approx 73 \text{ mujeres}$$

Como resultado se realiza la encuesta a 73 mujeres miembros de la Iglesia de Jesucristo de los Santos de los Últimos Días a nivel de Lima – Metropolitana.

3.2. Fuentes de Información

Dentro de las fuentes de información utilizadas se tiene:

3.2.1. Primaria

- ✓ Se ha realizado una encuesta a 73 mujeres Santos de los Últimos Días, cuyos resultados se presentan en el ANEXO 01.

3.2.2. Secundaria

- ✓ Datos Estadísticos del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) según censo nacional de crecimiento poblacional.
- ✓ Datos Estadísticos de la Iglesia de Jesucristo de los Santos de los Últimos Días.

3.3. Definición y Caracterización del Consumidor

El tipo de consumidor al que se dirige la empresa de diseño, producción y comercialización de prendas de vestir son mujeres miembros de la Iglesia de Jesucristo de los Santos de los Últimos Días en todas las edades y todos los niveles socioeconómicos pertenecientes a la ciudad de Lima Metropolitana.

3.4. Segmentación

3.4.1. Segmentación geográfica:

Población de la ciudad de Lima Metropolitana.

3.4.2. Segmentación demográfica:

Población del sexo femenino de todas las edades miembros de la Iglesia de Jesucristo de los Santos de los Últimos Días.

3.5. Análisis de la Demanda

3.5.1. Producto Básico, Real y Aumentado

a) Producto básico

Prendas de vestir como vestidos casuales y elegantes, blusas, faldas, vestidos de novia.

b) Producto real

Los vestidos casuales y elegantes, blusas, faldas, vestidos de novia tendrán diseños que vayan de acuerdo a las normas de la Iglesia, asimismo serán novedosos y a la vanguardia en telas y tendencias. Las prendas tendrán diseños recatados, cortes no profundos, escotes moderados, con manga corta, $\frac{3}{4}$ y larga. Los vestidos y faldas serán diseñados en mayor porcentaje (48%) debajo de la rodilla según la encuesta que se realizó, 37% serán fabricados en la rodilla y un 15% a la altura del tobillo.

c) Producto aumentado

Vestidos casuales y elegantes, blusas, polos, faldas, vestidos de novia al gusto o preferencias del cliente, según pedido y tallas personales del cliente, que serán únicos y exclusivos.

3.5.2. Demanda actual

Para calcular la demanda actual se ha considerado el resultado de la encuesta realizada a las mujeres Santos de los Últimos Días en Lima Metropolitana.

Se ha calculado el consumo anual de prendas de vestir por mujer por el método estadístico de cálculo de media por distribución de frecuencias para datos en

intervalos, que se aplicó a la pregunta “¿Cuántas prendas (blusas, faldas, vestidos) para uso en la Iglesia compras en promedio al año? de la encuesta realizada. La media obtenida de la frecuencia de compra anual se multiplicó por el mercado objetivo definido, según se observa en el Cuadro N° 3.1.

CUADRO N° 3.1 Demanda de prendas anual por mujer

Cantidad de prendas	Marca de Intervalo	N° de encuestados	Productos
Menos de 5 prendas.	3	27	81
Entre 6 y 15 prendas.	11	41	451
Entre 16 y 25 prendas.	21	4	84
Entre 26 y 35 prendas.	31	0	0
Entre 36 y 45 prendas.	41	1	41
Total		73	657

Fuente: Elaboración propia

La media es nueve, que resulta de dividir $657/73$, por tanto, se concluye que cada mujer Santo de los Últimos Días compra en promedio 9 prendas de vestir para ir a la Iglesia al año, lo que da lugar a la demanda potencial anual que se presenta en el Cuadro N° 3.2.

CUADRO N° 3.2 Demanda potencial de prendas de vestir al 2017

Año	2017
Población Femenina de la Iglesia de Jesucristo de los Santos de los Últimos Días	271 935
Promedio de frecuencia de compra anual	9
Demanda anual	2 447 415

Fuente: Elaboración Propia y resultados de encuesta Anexo 01.

3.5.3. Variables que afectan a la demanda

a) Crecimiento del número de miembros mujeres de la Iglesia de Jesucristo de los Santos de los Últimos Días

Esta variable afecta en la demanda de las prendas de vestir, ya que, si hay más miembros mujeres, mayor será la demanda. Como se mencionó en un inicio el número de miembros sigue en aumento, lo cual es positivo para el proyecto.

b) Crecimiento de la población económicamente activa femenina

Esta variable influye en la demanda de las prendas de vestir ya que el crecimiento anual de esta población generará un aumento en el poder adquisitivo o de compra de las mujeres Santos de los Últimos Días al cual va dirigido el producto.

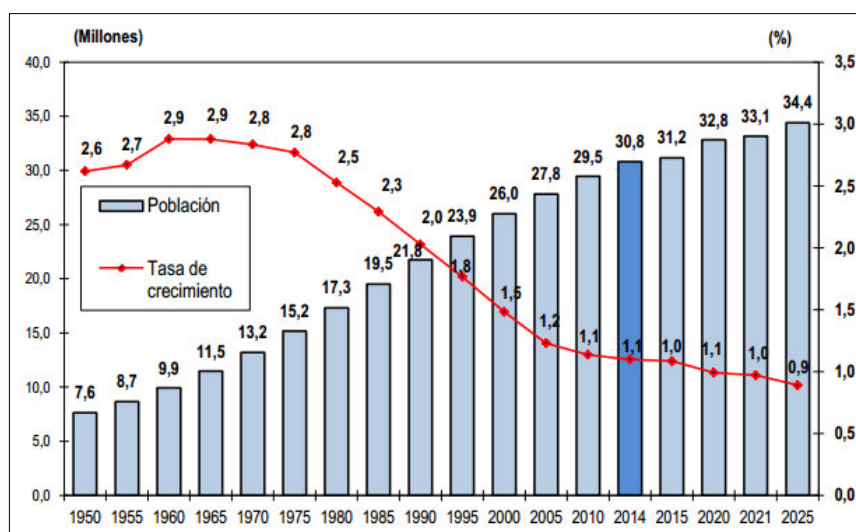
c) Capacidad Adquisitiva

Esta variable también es de gran importancia en lo que se refiere al comportamiento de la demanda ya que según el nivel de ingresos y la disponibilidad para gastos que tenga la población femenina económicamente activa, dependerá la compra de las prendas de vestir que se ofrecen.

3.5.4. Demanda proyectada

Para realizar la proyección de la demanda potencial expresado en número de prendas de vestir para un horizonte de 5 años, hasta el año 2022 (Ver Cuadro N° 3.3), se ha tomado la demanda actual y se la ha ido multiplicando por la tasa promedio de crecimiento poblacional proyectada entre el año 2017 y 2022 de 1,1% anual, registrada según Censo de Población y Vivienda 2007 realizado por el Instituto Nacional de Estadística e Informática (Ver Figura N° 3.1).

FIGURA N° 3.1 Población y tasa de crecimiento del Perú 1950 - 2025



Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática.

CUADRO N° 3.3 Demanda potencial proyectada hasta el año 2022

AÑO	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Demanda total (Und.)	2 447 415	2 474 337	2 501 554	2 529 071	2 556 891	2 585 017

Fuente: Elaboración Propia

3.6. Análisis de la Oferta

3.6.1. Identificación de la competencia

a) Competencia directa.

Existe una marca que se distingue en el territorio peruano, que corresponde a la empresa Bless Fashion S.A.C, la cual incursiona en el mercado desde junio del 2013 impulsando diversidad de moda y elegancia especialmente para las mujeres cristianas. Desde su inicio se enfocó en formar empresarias que desean desarrollar un excelente trabajo a través de la distribución de sus productos por catálogo tanto dentro como fuera de Perú.

Esta empresa busca satisfacer necesidades básicas para la comodidad y elegancia de la mujer cristiana en su presentación personal, en el trabajo, reuniones sociales y en el entorno que la rodea.

Por otro lado, genera empleo para aquellas mujeres líderes que desean surgir en el mundo del mercadeo, son consideradas empresarias que deseen alcanzar sus sueños y sobre todo que tengan valores cristianos.

b) Competencia indirecta

La competencia indirecta está formada por todas aquellas marcas de prendas de vestir para damas que existen en el mercado de Lima Metropolitana.

Algunas marcas tienen sus tiendas que se dedican a la venta por mayor y menor de prendas de vestir para mujeres y están ubicados en el emporio comercial de Gamarra. Otras que se encuentran en centros comerciales, tiendas por departamento, etc.

3.6.2. Variables que afectan a la oferta

Dentro de las variables que afectan la oferta están:

a) Crecimiento económico

Esta es una variable que favorecerá la oferta ya que permitirá a las empresas hacer mayores inversiones para ofertar más servicios y productos.

b) Precio de los insumos

Esta es una variable que afecta a la oferta de las prendas de vestir ya que, por ser exclusivas en algunos casos según el requerimiento de las clientas, se utiliza una pequeña cantidad de cada material y por tal motivo el precio es mayor a

comparación de la competencia indirecta que por producir en masa compra grandes cantidades de un mismo material obteniendo así menores costos.

c) Incremento de la competencia

La oferta de las prendas de vestir se podría ver afectada por el incremento de la competencia directa.

3.6.3. Deducción del mercado

A continuación, se muestra la proyección del mercado potencial, disponible y efectivo.

a) Mercado potencial

Está formado por el total de mujeres miembros de la Iglesia de Jesucristo de los Santos de los Últimos Días de todas las edades y todos los niveles socioeconómicos pertenecientes a la ciudad de Lima Metropolitana multiplicado por el promedio de frecuencia de compra anual (9 prendas anuales por mujer Santo de los Últimos Días).

b) Mercado disponible

Se obtiene multiplicando la demanda del mercado potencial por el porcentaje de mujeres que respondieron NO en la encuesta a la pregunta número 2 ¿Le es fácil encontrar modelos de prendas de vestir que sean según las normas de la Iglesia?, cuyo resultado es 93%.

c) Mercado efectivo

Se obtiene de la multiplicación de la demanda del mercado disponible por el porcentaje de mujeres que respondieron SI en la encuesta a la pregunta número

3 ¿Estaría dispuesta a comprar en una sola tienda prendas de vestir con diseños que vayan de acuerdo a las normas de la Iglesia?, donde la respuesta fue 97%.

d) Mercado objetivo

Se plantea como meta del proyecto atender el 25% de la demanda proyectada del mercado efectivo, según se muestra en el Cuadro N° 3.4.

CUADRO N° 3.4 Deducción del mercado objetivo

Año	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Mercado potencial	2 447 415	2 474 337	2 501 554	2 529 071	2 556 891	2 585 017
Factor	93%					
Mercado disponible		2 301 133	2 326 445	2 352 036	2 377 909	2 404 066
Factor	97%					
Mercado efectivo		2 232 099	2 256 652	2 281 475	2 306 572	2 331 944
Factor	25%					
Mercado objetivo		558 025	564 163	570 369	576 643	582 986

Fuente: Elaboración Propia

3.7. Estrategia de Comercialización

3.7.1. Marketing mix usado por la competencia

En el cuadro N° 3.5 se detalla el marketing mix utilizado por la competencia directa.

CUADRO N° 3.5 Marketing Mix usado por la competencia

MARCA	Bless Fashion S.A.C.
PRODUCTO	Blusas y faldas, sacos y conjuntos, vestidos para damas. Así mismo ofrecen ropa de niña.
PRECIO	Precios promedios de las prendas: Blusas: S/. 65,00, Faldas: S/. 70,00, Polos: S/. 40,00, Vestidos: S/. 100,00
PLAZA	Cerca al Emporio comercial de Gamarra. Av. México 454 A- La Victoria. Distribución a nivel nacional e internacional.

PUBLICIDAD	<p>-Facebook en donde publican las colecciones de prendas junto con descuentos y promociones.</p> <p>-Manejo de catálogos físicos y virtuales.</p>
-------------------	--

Fuente: Elaboración Propia

3.7.2. Marketing mix para la empresa propuesta

Se ha planteado un marketing mix para el proyecto, que se muestra en el Cuadro N° 3.6.

CUADRO N° 3.6 Marketing Mix para la empresa propuesta

PRODUCTO	<p>Vestidos casuales y elegantes, blusas, faldas y vestidos de novia de alta calidad y con diseños que vayan de acuerdo a las normas de la Iglesia, asimismo serán novedosos y a la vanguardia en telas y tendencias.</p> <p>Contarán con las siguientes características: diseños recatados, cortes no profundos, escotes moderados, con manga corta, $\frac{3}{4}$ y larga. Vestidos y faldas en la rodilla y debajo de este.</p> <p>El cliente podrá realizar el diseño de su propia prenda de vestir, tomando como referencia catálogos actualizados de prendas de vestir, las cuales siguen las tendencias de la moda internacional y nacional, asimismo se exhibirá en la tienda un catálogo con las telas que se tiene en stock.</p> <p>Se brindará el servicio de atención al cliente con vendedoras asesoras especializadas en las tiendas.</p>
PRECIO	<p>La empresa buscará ofrecer las prendas de vestir modestas y exclusivas a precios relativamente bajos, sin descuidar por esto la calidad de los materiales, insumos utilizados y la confección del mismo.</p> <p>A continuación, se detalla los precios promedios de las prendas que se ofrecerá en el mercado. Estos datos se obtuvieron del análisis de fijación de precios del estudio de mercado (ver Anexo 02) y considerando los precios de la competencia:</p> <p>Blusa casual: S/. 32,00, Falda casual: S/. 32,00, Vestido casual: S/. 54,00, Vestido elegante: S/. 77,00, Vestido de novia: S/. 592,00</p>
PLAZA	<p>Se propone tener una cadena de tiendas en diversos lugares de Lima Metropolitana a largo plazo, se plantea la apertura las primeras tiendas en el emporio comercial de Gamarra y en el centro comercial de Mega Plaza, lugares donde las mujeres Santo de los Últimos Días frecuentan, según los resultados arrojados por la encuesta realizada.</p> <p>Como estrategia de diferenciación del proyecto se plantea atender la demanda por <i>delivery</i> según lo requiera el cliente.</p>

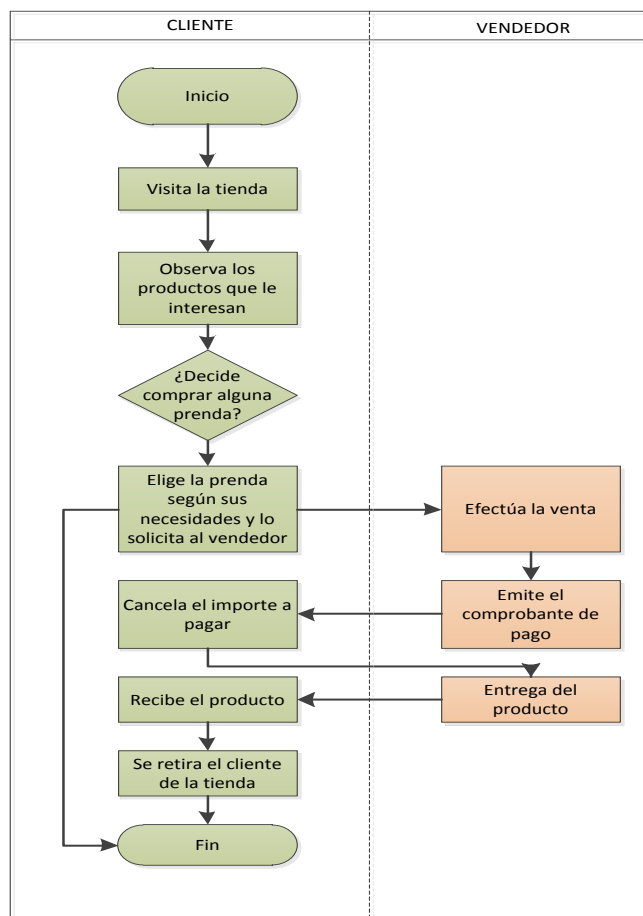
PUBLICIDAD	<ul style="list-style-type: none"> -Medios de comunicación social en internet como Facebook en donde se publicarán los últimos modelos de prendas de vestir que se fabriquen, además se publicarán los descuentos y promociones de estos. -Se hará uso de un blog donde se pueda interactuar con los clientes para conocer a profundidad sus expectativas con respecto al producto. -Manejo de catálogos físicos y virtuales. -Presencia en los diversos Expo Moda en Lima, dando a conocer nuestra línea exclusiva de prendas de vestir para mujeres Santos de los Últimos Días, instalando también un módulo de venta. -Promociones y descuentos que serán lanzadas en fechas como Navidad, Año Nuevo, etc. -Por último, una de las mejores maneras de hacer publicidad es el de boca a boca, es decir, que nuestros clientes hablen a otros potenciales clientes a partir de la experiencia o satisfacción de sus necesidades con respecto al producto que se le brindará en nuestra empresa.
-------------------	--

Fuente: Elaboración Propia

3.7.3. Proceso de comercialización

En la Figura N° 3.2 se considera el diagrama de flujo del proceso de comercialización del proyecto, se considera el mismo para dos situaciones, primero cuando el cliente compra una prenda ya existente en la tienda y el segundo es cuando el cliente diseña su propia prenda de vestir.

FIGURA N° 3.2 Proceso de comercialización



Fuente: Elaboración propia

3.8. Análisis del Mercado Proveedor

3.8.1. Identificación del mercado proveedor

En el Cuadro N° 3.7 se presenta la información del mercado proveedor de los bienes y servicios requeridos por el proyecto.

CUADRO N° 3.7 Identificación y caracterización del proveedor

PRODUCTOS (bienes y servicios)	EMPRESA
Telas (gabardina, cachemira, seda, lino, paño, etc.)	Universal Textil
	Jorpesa

	Berr Textil Perú S.A.C.
	Lafayette
Mercería (hilos, agujas, botones, cierres, cintas, elásticos, etc.)	Insumos Textiles Veloz E.I.R.L.
	Corporación Rey S.A.
	Faboher
Etiquetas	Corporación Rey S.A.
	Etiquetas San Miguel
	Bárbara Serigraf
Equipos de cómputo	Master Data S.A.C.
	Cyber Plaza
Muebles y enseres	Mega Muebles Perú
	Sodimac
	Muebles Ikasa
Útiles de escritorio	Tai Loy
	Navarrete
Luz	Enel
Agua	Sedapal
Telefonía fija y Móvil	Claro, Movistar, Entel

Fuente: Elaboración Propia

3.8.2. Criterios de selección del mercado proveedor

Para ello, se tomará en cuenta los siguientes criterios de selección:

- ✓ Calidad, puesto que los insumos y servicios que se proveerá deben ser de alta calidad, ajustándose a cada requerimiento y exigencia de nuestra empresa y a la del cliente que desea una prenda exclusiva, siendo este criterio una de las ventajas competitivas.
- ✓ Precio, debido a la variedad de proveedores estos deben ser competitivos en función al mercado.
- ✓ Condiciones de pago, se requiere que los proveedores ofrezcan diversas formas de pago ya sea por transferencia bancaria, o pago en efectivo.

- ✓ Referencias y clientes, se debe investigar a clientes actuales o previos de nuestro candidato a proveedor y buscar referencias específicas, no basta con una búsqueda en internet, pues las referencias personales pueden permitir ir más allá de lo que la empresa dice ser, y conocerla en acción.
- ✓ Buen trato, la atención brindada por parte del proveedor son de gran importancia.

3.9. Canales y Medios de Distribución

A continuación, se presenta una lista de posibles canales mediante los cuales se podría vender el producto.

- ✓ Tiendas en cadena
- ✓ Tiendas por departamentos
- ✓ Tiendas minoristas
- ✓ Hipermercados y supermercados
- ✓ Tienda propia
- ✓ Venta de puerta en puerta
- ✓ Venta por internet (redes sociales y/o páginas web)
- ✓ Venta por teléfono

3.9.1. Criterios de selección del canal y medio

Se han tomado en cuenta los siguientes criterios

- ✓ Facilidad de acceso del consumidor al punto de venta.
- ✓ Confianza de consumidor al canal o medio.
- ✓ Las condiciones de acceso al canal son factibles y favorables.

- ✓ Acceso del canal a un tamaño significativo del mercado potencial.

En el Cuadro N° 3.8 se muestra el resultado del método de comparación de factores para asignarle pesos a los criterios de selección considerados.

CUADRO N° 3.8 Comparación de factores para selección de canales y medios

	Facilidad de acceso del consumidor al punto de venta.	Las condiciones de acceso al canal son factibles y favorables.	Acceso del canal a un tamaño significativo del mercado potencial	Confianza de consumidor al canal o medio	Total	Peso
Facilidad de acceso del consumidor al punto de venta.		1	0	0	1	17%
Las condiciones de acceso al canal son factibles y favorables.	0		0	1	1	17%
Acceso del canal a un tamaño significativo del mercado potencial	1	1		0	2	33%
Confianza de consumidor al canal o medio	1	0	1		2	33%
Total					6	100%

Fuente: Elaboración Propia

3.9.2. Evaluación y selección de canales y medios

Se evaluaron los posibles canales en función a los criterios considerados en el punto anterior y se utilizó la siguiente calificación: Para bueno (3), regular (2) y malo (1). Luego se multiplica cada puntaje con su respectivo peso y quienes tengan el más alto puntaje son los seleccionados. Este procedimiento se detalla en el Cuadro N° 3.9.

CUADRO N° 3.9 Evaluación para selección de canales y medios

EMPRESA		C:Calificación P:Puntaje	Facilidad de acceso del consumidor al punto de venta.	Las condiciones de acceso al canal son factibles y favorables.	Acceso del canal a un tamaño significativo del mercado potencial	Confianza de consumidor al canal o medio	TOTAL
			PESO				
			0,17	0,17	0,33	0,33	
Tiendas en cadena	Marca propia	C	3	3	3	3	3
		P	0,51	0,51	0,99	0,99	
Tiendas por departamentos	Oeschle	C	2	2	1	2	1,67
		P	0,34	0,34	0,33	0,66	
	Estilos	C	2	2	1	2	1,67
		P	0,34	0,34	0,33	0,66	
	Saga Falabella	C	2	2	2	2	2
		P	0,34	0,34	0,66	0,66	
Tiendas minoristas	Gamarra	C	2	2	3	1	2
		P	0,34	0,34	0,99	0,33	
	Comerciante minorista	C	3	2	3	1	2,17
		P	0,51	0,34	0,99	0,33	
Hipermercados y supermercados	Plaza Vea	C	2	2	1	2	1,67
		P	0,34	0,34	0,33	0,66	
	Tottus	C	2	2	2	2	2
		P	0,34	0,34	0,66	0,66	
	Metro	C	2	2	1	2	1,67
		P	0,34	0,34	0,33	0,66	
Tienda propia	Marca propia	C	3	2	3	3	2,83
		P	0,51	0,34	0,99	0,99	
Venta de puerta en puerta	Vendedores a domicilio	C	3	3	3	2	2,67
		P	0,51	0,51	0,99	0,66	
Venta por internet	Pagina Web	C	2	2	3	2	2,33
		P	0,34	0,34	0,99	0,66	
	Facebook	C	3	3	2	1	2,01
		P	0,51	0,51	0,66	0,33	
	Vende.pe	C	2	2	2	2	2
		P	0,34	0,34	0,66	0,66	
Venta por teléfono	Servicios Call Center	C	3	3	3	2	2,67
		P	0,51	0,51	0,99	0,66	

Fuente: Elaboración Propia

Se llegó a la conclusión que la apertura de una cadena de tiendas propias es lo más factible.

CAPÍTULO 4: ESTUDIO TÉCNICO

4.1. Especificaciones Técnicas del Producto

A continuación, se procede a especificar los elementos básicos de los productos que ofrecerá la empresa a constituirse con el proyecto desarrollado:

Por fuera: Telas para las diversas prendas de vestir, que según la encuesta realizada en su mayoría serán colores enteros claros con un 48% y con menor porcentaje (33%) serán telas con diseños. Las especificaciones generales se indican en el Cuadro N° 4.1.

CUADRO N° 4.1 Tipos de tela para prendas de vestir

	Tipos de tela
Blusa	Acetato, chalís, Tul, Dry feet, gasa, georgette, organdí, etc.
Falda	Franela, velur, crepé, cachemira.
Vestido casual	Cachemira, chalís, franela,
Vestido elegante	Acetato, cachemira, crepé, georgette, satén, seda natural, gasa, etc.
Vestido de novia	Brocado, chiffon, crepé, dupioni de seda, encaje, organza, etc.

Fuente: Elaboración Propia

Por dentro: Forros delicados y suaves propios de los vestidos elegantes y vestidos de novia.

Accesorios: Cierres de Nylon o botones, aplicaciones creativas como cintas, lazos, etiqueta interna satinada con la marca de la empresa.

4.2. Ingeniería Básica

4.2.1. Proceso Productivo

La descripción del proceso de producción se resume en el Cuadro N° 4.2.

CUADRO N° 4.2 Proceso de producción

ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN
Diseño	En esta etapa se efectúa el diseño de la prenda de vestir y se hacen los moldes en papel de molde para poder llevarlos al corte.
Tendido y trazado	Se procede a colocar la tela sobre la mesa, luego se colocan los moldes sobre la tela para el trazado.
Corte	Se cortan las piezas de la prenda.
Transporte al área de costura	Las piezas de tela se transportan al área de costura.
Ensamble de las piezas de tela	Se realiza el ensamble de las distintas piezas cortadas: delanteros, espalda, mangas, forros, vistas y entretelas, por medio de máquinas de coser. Las piezas de tela tienen guías por donde se deberá realizar la costura.
Transporte al área de acabado	Una vez unida las piezas, la prenda se transporta al área de acabado.
Acabado	En esta etapa se colocan a la prenda las vistas, dobladillos, adornos, resortes y broches, de acuerdo con la tabla de especificaciones y a la muestra modelo de la prenda.
Transporte al área de planchado	Las prendas se transportan al área de planchado.
Planchado	La prenda se plancha con equipo industrial, realizando si es que se requieren, dobleces especiales.
Inspección	Una vez terminada la prenda, se efectúa la inspección para verificar que no existan fallas.
Empaque	La prenda se coloca en ganchos y, además, se cubre con un plástico para evitar que se ensucie o se manche durante su recorrido al cliente final.
Transporte al almacén de producto terminado	Este se realiza usando roperos móviles.
Almacenamiento	Se almacena el producto terminado.

Fuente: Elaboración propia

a) Capacidad normal

La capacidad normal de la planta para producir prendas de vestir para mujeres está en función al plan de participación inicial determinado por la empresa en el mercado objetivo, que se ha fijado en base a un análisis de producción de una empresa textil donde trabajó la autora del proyecto, este porcentaje es de 12% para el 2018 y se irá incrementando en 3% en los siguientes años, resultados que se muestran en el Cuadro N° 4.3.

CUADRO N° 4.3 Capacidad normal de la planta

Año	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Mercado Objetivo		558 025	564 163	570 369	576 643	582 986
Plan de Participación		12%	15%	18%	21%	24%
Capacidad normal		66 963	84 624	102 666	121 095	139 917

Fuente: Elaboración Propia

b) Programa de producción por tipo de producto

Se considera el siguiente programa de producción en base a la capacidad de planta establecida con anterioridad, el cual se muestra en el Cuadro N° 4.4.

Los porcentajes de los productos a fabricar se establecieron en base a los resultados de la encuesta cuando se preguntó qué tipo de prenda prefieren las mujeres Santos de los Últimos Días para uso en la Iglesia.

CUADRO N° 4.4 Programa de producción por tipo de producto

Año	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Capacidad normal	100%	66 963	84 624	102 666	121 095	139 917
Blusa casual	32%	21 428	27 080	32 853	38 750	44 773
Falda casual	32%	21 428	27 080	32 853	38 750	44 773
Vestido casual	35%	23 437	29 619	35 933	42 383	48 971

Vestido elegante	0,9%	603	762	924	1 090	1 259
Vestido de novia	0,1%	67	85	103	121	140
Total	100%	66 963	84 624	102 666	121 095	139 917





Fuente: Elaboración Propia



4.2.2. Maquinaria y Equipo

a) Maquinaria y equipo

En el Cuadro N° 4.5 se presenta una lista de maquinaria principal que se utilizará en el proyecto.

CUADRO N° 4.5 Maquinaria

MAQUINARIA Y/O EQUIPO	IMAGEN REFERENCIAL
Máquina de coser semi industrial Se utilizará para todas las costuras rectas de las prendas.	
Remalladora semi industrial Para remallar las prendas y brindarles un acabado más fino y elegante. Así mismo evitará que las costuras se deshilachen.	
Recubridora industrial Permitirá tener pespuntos rectos por el derecho y un remallado que sujete la tela por el revés. También se usará con fines decorativos.	
Mesa de planchado Tiene un diseño ergonómico para el planchado de faldas, blusas, vestidos. Ideal para trabajar con plancha de vapor.	

<p>Plancha a vapor simple</p> <p>Para el planchado de todas las prendas ya sean las casuales o elegantes.</p>	
<p>Plancha industrial a vapor vertical</p> <p>Marca Goldstar, para las prendas más delicadas de tratar como los vestidos elegantes y vestidos de novia.</p> <p>Por su tecnología se puede planchar las prendas cuando se encuentran en un colgador.</p>	

Fuente: Elaboración Propia

En el Cuadro N° 4.6 se muestra los precios de las maquinas cotizadas por la empresa proveedora Agetex SAC.

CUADRO N° 4.6 Precios de la maquinaria

Maquinaria y Equipo	Precio US\$	IGV	Valor US\$
Máquina Recta semiindustrial	1 000	180	820
Máquina Remalladora semiindustrial	1 200	216	984
Máquina Recubridora semiindustrial	1 300	234	1 066
Ojaladora	2 500	450	2 050
Botonera	2 600	468	2 132
Cortadora	850	153	697
Planchador industrial	2 000	360	1 640
Plancha simple	75	14	62


Fuente: Cotización proveedor Agetex SAC

b) Mobiliario y herramientas

A continuación se detalla el mobiliario y herramientas principales que serán utilizados en las tiendas, área de producción y oficina administrativa:

Área: Tienda de venta

CUADRO N° 4.7 Mobiliario y herramientas para tiendas

MOBILIARIO Y/O HERRAMIENTAS	IMAGEN REFERENCIAL
Módulo de ventas Muebles fabricados en melamina, con vitrinas en vidrio, puertas con chapa.	
Silla para el punto de ventas Se utilizara sillas giratorias, acolchonadas y cómodas para el módulo de ventas.	
Colgadores Se usaran diversos tipos colgadores para las prendas que se fabricaran, ya sea para pared o para los percheros.	
Percheros Con ruedas de gran capacidad para colgar los modelos de diversas prendas.	
Vestidores con espejos Para que los clientes puedan probarse la blusa, pantalón o vestido.	
Maniqués de cuerpo completo Serán usados para exhibir los vestidos casuales, elegantes y de novia, las combinaciones de blusas y faldas.	
Maniqués de medio cuerpo Serán usados para exhibir las blusas.	

Fuente: Elaboración Propia

Área de producción y almacenes:


CUADRO N° 4.8 Mobiliario y herramientas para taller de producción



MOBILIARIO Y/O HERRAMIENTAS	IMAGEN REFERENCIAL
<p>Estante de hilos para bordado y costuras</p> <p>Estará ubicado en el área de producción para que los operarios tengan las facilidades y rapidez para coger los hilos cuando lo necesiten.</p>	
<p>Andamios para materiales y telas</p> <p>El material del estante será de metal.</p> <p>En este se colocaran telas, hilos, botones, sesgos y demás materiales a utilizar para la producción de las blusas, faldas y vestidos.</p>	
<p>Andamios para productos terminados</p> <p>Se tendrá andamios en el almacén de productos terminados para guardar las prendas fabricadas.</p>	
<p>Mesa de corte</p> <p>Será de metal, con repisas en la parte inferior para colocar algunas telas de uso frecuente.</p>	
<p>Sillas</p> <p>Estas serán ergonómicas, para evitar ciertas enfermedades ocupacionales en los trabajadores. El material de las sillas será de metal y plástico.</p>	

Fuente: Elaboración Propia

Área de administración:

CUADRO N° 4.9 Mobiliario y herramientas para área administrativa

MOBILIARIO Y/O HERRAMIENTAS	IMAGEN REFERENCIAL
<p>Estante</p> <p>Este será de melamina. Será utilizado en la oficina para colocar archivadores, papeles, útiles de escritorio, etc.</p>	

Escritorio El material del escritorio será de melanina	
Silla giratoria con respaldar Esta silla será utilizada en la oficina para el personal administrativo.	

Fuente: Elaboración Propia

En el Cuadro N° 4.10 se muestra la cantidad expresado en unidades físicas de mobiliario para cada área de la empresa.

CUADRO N° 4.10 Requerimiento de mobiliario por área

Mobiliario	Ventas	Prod.	Admón.	Logística y Almacén	Diseño	TOTAL
Módulo de Ventas	2					2
Colgadores	100					100
Percheros	12					12
Probadores	2					2
Espejos	2					2
Maniqués de cuerpo completo	8					8
Maniqués de medio cuerpo	20					20
Estante para telas y/o productos				6		6
Estante de materiales/ útiles		1		4		5
Locker metálico		2				2
Mesa de costura		12				12
Mesa para planchar		2				2
Mesa de reunión			1			1
Mesa de corte de tela		1				1
Mesa de inspección con cajones		2				2
Coche con malla		2				2
Silla de plástico y metal	2	16		2	2	22
Silla Giratoria con respaldar	2		1	2	2	7
Escritorio de oficina			7	1	2	10
Estante para oficina			1	1	1	3

Fuente: Elaboración Propia

4.2.3. Mantenimiento

El mantenimiento preventivo será terciarizado, en lo posible, por los proveedores de los equipos. Este se realizará según las horas de uso acumuladas por las máquinas atendiendo las recomendaciones del fabricante. Se realizará la limpieza, lubricación y ajustes necesarios para cada equipo, así se prevendrá las fallas en estos y se logrará las operaciones a los niveles y eficiencia óptimos.

Para el mantenimiento correctivo se contará con un operario técnico en planta, que se encargará de atender y solucionar las fallas o desperfectos que se presenten en los equipos y maquinarias.

4.2.4. Seguridad y Salud Ocupacional

Se elaborará un programa anual de Seguridad y Salud Ocupacional, ya que se busca cumplir con las normas nacionales vigentes y asegurar las condiciones de trabajo necesarias para los empleados, haciendo su labor más segura y eficiente, reduciendo los accidentes laborales, dotándoles de equipos de protección personal indispensables y capacitándolos en procedimientos y hábitos de seguridad.

Se realizarán las siguientes actividades:

- ✓ Utilizar diferentes medios para la difusión del plan como gigantografías, publicaciones en el mural de la empresa, etc.
- ✓ Adecuada señalización de las áreas donde se deba utilizar el equipo de protección personal (EPP).
- ✓ Capacitación al personal en primeros auxilios y uso de los EPP.

a) Equipos de Protección Personal

Por la seguridad del personal se controlará de modo estricto el uso adecuado de los equipos de protección personal (EPP).

Los EPP que se requerirá dentro de las áreas de trabajo y los usos de los mismos se detallan a continuación:

- ✓ Protectores de oído, uso tapones reutilizables.
- ✓ Protectores de vía respiratoria, uso de mascarillas contra las partículas de las telas e hilos.
- ✓ Protectores de manos, uso de guantes de malla de tres dedos para el operario cortador.
- ✓ Protector de cabeza, uso de casco al ingreso de personal a los almacenes.

b) Señalización de seguridad

Se establecerá a fin de indicar la existencia de riesgos y medidas a adoptar ante los mismos, así como para determinar la ubicación de dispositivos, equipos de seguridad y otros medios de protección. La señalización se realizará:

- ✓ Solamente en los casos en que su presencia sea necesaria.
- ✓ En lugares que destaquen y sean visibles para todos.
- ✓ El tamaño, forma, color, dibujo y texto de los letreros debe ser de acuerdo a la Norma Técnica Peruana NTPP 399.010-1 2004, de material acrílico u otro similar.

c) Ambiente de trabajo

La planta proveerá de buena luminosidad en todas las áreas de trabajo sobre todo en el área de producción, la finalidad del alumbrado es ayudar a

proporcionar un medio circundante seguro; además, el alumbrado debe permitir una visión cómoda y que fomente la conservación de la vista y las energías.

Respecto a la salud de los trabajadores, se tomarán exámenes pre-ocupacionales y durante su periodo laboral a fin de llevar un control de las condiciones de salud de estos. En casos de emergencia se brindará los primeros auxilios con apoyo del botiquín y el traslado al centro médico más cercano.

La empresa facilitará los recursos necesarios para el traslado del enfermo o accidentado, en forma inmediata, al centro hospitalario.

Se tendrá en lugar visible las direcciones y teléfonos de unidades asistenciales, emergencia, centros de salud, y hospitales cercanos.

Exámenes Médicos

Todo aspirante al ingresar como trabajador de la empresa, deberá someterse obligatoriamente a los exámenes médicos y complementarios establecidos por el seguro de la Empresa.

Los exámenes se realizarán en función al cargo ocupado. Los exámenes de oído serán cada año al igual que los exámenes musculares y de columna. El examen general se tomará a cada dos años.

4.3. Centro de Operaciones

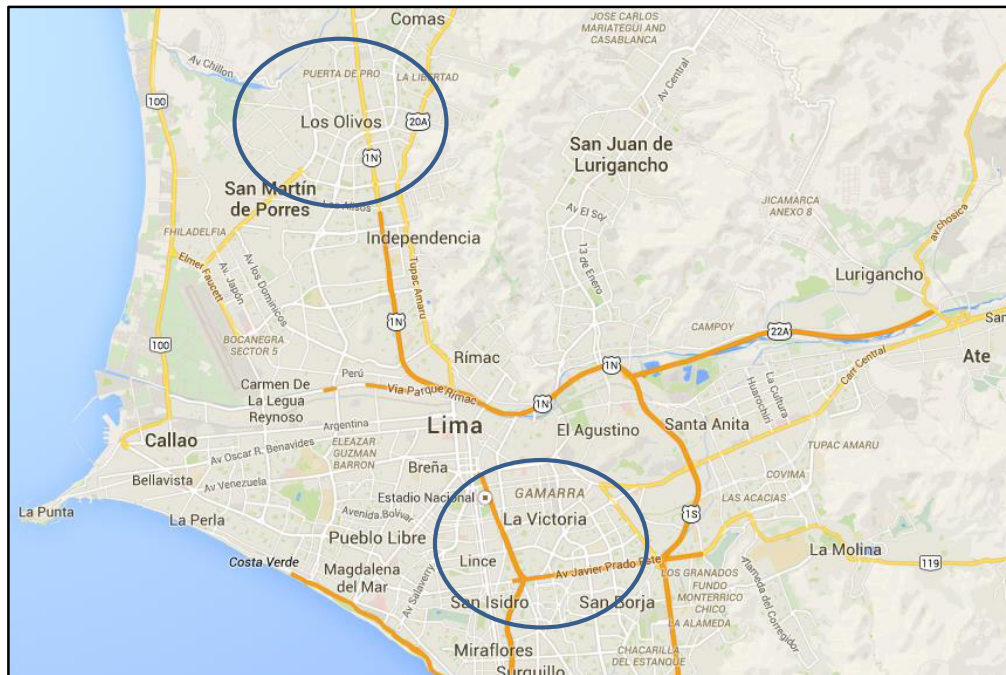
4.3.1. Macro y micro-localización

a) Macro-localización

La oficina de administración, taller de producción y 1 tienda de ventas se encontrarán ubicadas en el departamento de Lima, en la provincia de Lima, en el distrito de La Victoria. Así mismo otra tienda se encontrará ubicada en el centro

comercial Mega Plaza del distrito de Los Olivos, el cual se muestra en la Figura N° 4.1.

FIGURA N° 4.1 Macro localización de la empresa de confecciones



Fuente: Google Maps y elaboración propia

b) Micro-Localización

Para definir la micro – localización se consideró los siguientes requisitos:

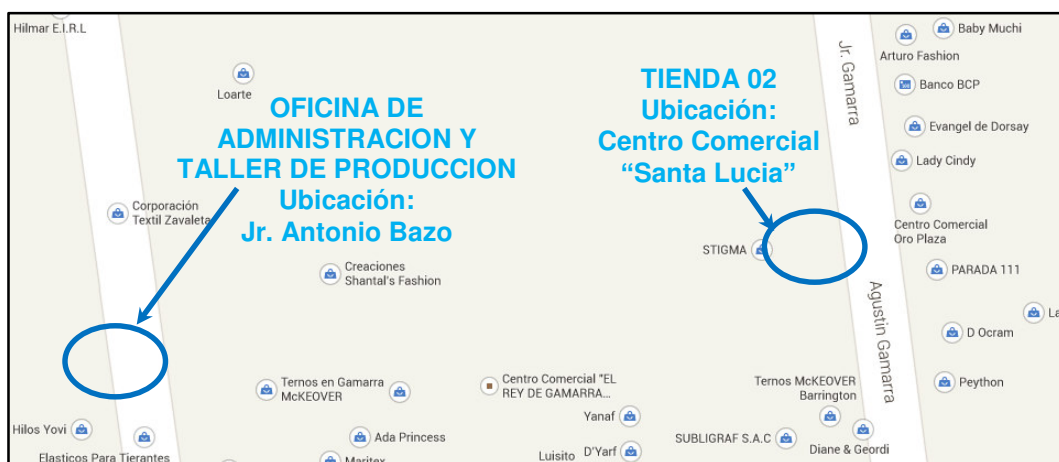
- ✓ Cercanía y cantidad de proveedores.
- ✓ Demanda y afluencia de clientes.
- ✓ Centro comercial popular de Lima.

En base a las premisas mencionadas y con el resultado de la encuesta realizada se concluyó y determinó que la ubicación exacta de instalaciones es:

- ✓ Taller de producción y oficina de administración: Jr. Antonio Bazo en el emporio comercial de Gamarra, La Victoria.

- ✓ Tienda de venta 1: Ubicado en el centro comercial Mega Plaza, Los Olivos.
- ✓ Tienda de venta 2: Ubicado en Jr. Gamarra, La Victoria en la “Galería Santa Lucia”, como se muestra en la Figura N° 4.2.

FIGURA N° 4.2 Micro localización de tienda y oficina



Fuente: Google Maps y elaboración propia

4.3.2. Descripción de terrenos, inmuebles e instalaciones fijas

La empresa no contará con terrenos propios, se alquilarán tres locales distribuidos del siguiente modo:

Local 01: Taller de producción y oficinas de administración.

El área total del local será de 19x13 m²; mediante paredes de drywall se dividirá en cuatro espacios. Área administrativa será de 7x5 m², Logística y Almacén será de 7x5 m², el área de diseño será de 5x5 m² y la planta de producción o taller será de 19x8 m², adicionalmente este local cuenta con un baño.

Local 02: Primera tienda

El área total del local será de $2 \times 3 \text{ m}^2$, en este espacio se ubicará un módulo de ventas, vestidor, espejo, maniquíes, etc.

Local 03: Segunda tienda

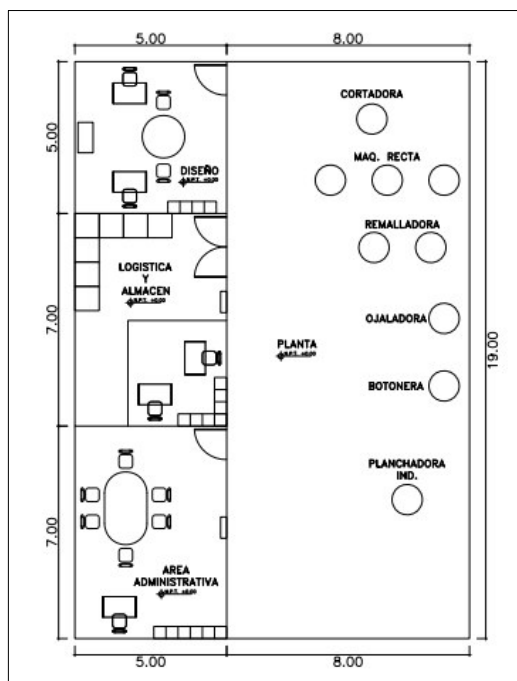
El área total del local será de $3 \times 3 \text{ m}^2$, en este espacio se ubicará un módulo de ventas, vestidor, espejo, maniquíes, etc.

4.3.3. Diseño de edificaciones e instalaciones

En la Figura N° 4.3 se presenta un plano de lo que será el local donde funcionará el taller de producción y la oficina de administración, se consideran las medidas establecidas con anterioridad y la ubicación de los equipos, muebles y enseres dentro de este espacio.

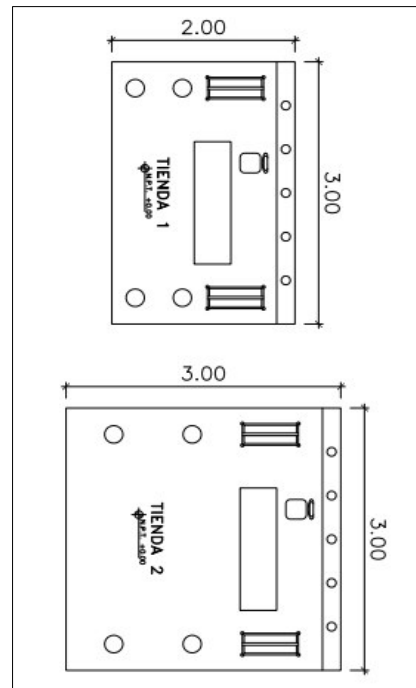
En la Figura N° 4.4 se muestra el plano de las tiendas de la empresa.

FIGURA N° 4.3 Diseño del área de producción y administración



Fuente: Elaboración propia

FIGURA N°4.4 Diseño de edificaciones e instalaciones de área de ventas



Fuente: Elaboración propia

4.4. Control de Calidad

Se buscará implementar el método Kaizen como sistema de control y mejora continua de calidad, con el uso de herramientas como Ishikawa, Pareto e histogramas.

El control de calidad en la empresa estará basado en el círculo de Deming (Planificar, hacer, verificar y actuar). Se planificará mejoras en la calidad, se tomarán las acciones necesarias, luego se verificará los resultados obtenidos y por último se modificarán las medidas de control de calidad.

Para el control óptimo del lugar de trabajo se tomará la metodología de las 5'S.

Para lograr que las prendas de vestir sean de alta calidad para el mercado, se ha dividido el control de calidad en varias etapas.

4.4.1. Control de calidad de materiales e insumos

La persona encarga del almacén será el responsable del control de calidad de los materiales e insumos que se vayan a utilizar en la fabricación de las prendas de vestir y para ello debe verificar que los materiales e insumos se encuentren óptimas condiciones y en buen estado físico para ser utilizadas, mantener la limpieza y orden en los almacenes para evitar que los materiales e insumos se ensucien o pierdan su vida útil, comprobar que las características de la materia prima corresponden con las solicitadas por los trabajadores.

4.4.2. Control de calidad de la prenda en proceso de fabricación

Para llevar un buen control de calidad en el proceso de confección de la prenda se debe mantener un adecuado ambiente general de trabajo en el área de costura, con buena iluminación, temperatura, ventilación y aseo de la planta. Se debe evitar comer durante el trabajo, el desorden, exceso de engrase en las máquinas. Así mismo se utilizará elementos guidores y accesorios que vayan a la aguja, se verificará la perfecta regulación de la máquina antes de iniciar la costura, el trabajo en este debe ser manejado con delicadeza y no empujado o jalando la tela y la aguja que se usará debe ser compatible con el tejido y tipo de hilo. Se mantendrá un adecuado mantenimiento general de las máquinas de coser.

4.4.3. Control de calidad de producto terminado

a) Inmediatamente después de la sección de confección

Algunos de los factores a controlar en esta inspección serán las medidas de las prendas fabricadas, selección de prendas para quitar manchas, supervisión de

las puntadas interiores y exteriores de la prenda, control de hilos sueltos o sin pulir, verificar la diferencia de tonos en las telas, revisión de la prenda por el derecho y el revés, supervisar la correcta colocación de botones, cierres, hebillas, encajes, ojales, bolsillos, etc.

b) Inspección en la sección de planchado

En la operación de planchado se vigilará posibles manchas, sucios, cortes, falta de algún elemento de la prenda, defectos notorios, etc.

Se instruirá a la operaria para que se fije en determinados detalles y aspectos generales.

Por otro lado, en la sección de planchado también se deben tomar medidas de control de calidad como la regulación correcta del calor, la humedad, la presión de la plancha y el tiempo de planchado.

4.5. Plan de Conservación y Mitigación del Medio Ambiente

4.5.1. Identificación de riesgos

a) Residuos sólidos

La generación de residuos sólidos derivados de recortes textiles de producción, embalajes, bidones, latas, plásticos, etc., que podría llevar consigo el abandono de los mismos en lugares no correctos, con la consiguiente contaminación medioambiental de suelos y subsuelos y el potencial peligro para las personas asociado al desarrollo de microorganismos perjudiciales para la salud.

b) Aguas residuales

El proceso productivo lleva asociado la utilización de cantidades variables de agua en función de la actividad a desarrollar. Parte de este volumen será consumido y parte será utilizado en procesos tras los cuales deberá ser eliminado quizás en lugares no adecuados o en condiciones de salubridad correctas.

c) Agentes químicos

La utilización de agentes químicos supone el principal elemento de riesgo a controlar dentro del sector textil, en particular en procesos de tintado y acabados. De esta manera, los productos químicos suponen un elemento contaminante de gran peligro en caso de ser utilizados en condiciones incorrectas.

4.5.2. Medidas preventivas y de mitigación

Para la empresa es de vital importancia el control de riesgos, que viene motivada por el enorme esfuerzo de conservación del medio ambiente.

Se tomaran medidas de prevención, contención y mitigación de los potenciales peligros medioambientales mediante la implantación de sistemas de control de procesos, uso de equipos de monitorización de emisiones o vertidos de agentes químicos, pavimentación del suelo, uso de medios de protección contra incendios, creación de programas de inspección y mantenimiento de instalaciones de agua y desagüe, prestando especial atención a los elementos más sensibles a sufrir un daño medioambiental, realizar cada período de tiempo un análisis de las medidas de seguridad, elaborar protocolos de actuación en caso de daño medioambientales, crear sistemas de control y purificación de aguas residuales, elaboración de un programa de manejo de residuos donde se

identificará y clasificará los residuos, se minimizará la producción de residuos que deberían ser tratados y/o eliminados, se seleccionará las alternativas apropiadas para su tratamiento y/o eliminación y se documentará todos los aspectos del proceso de manejo de residuos.

CAPÍTULO 5: ESTUDIO ORGANIZACIONAL

5.1. Planeamiento Estratégico

5.1.1. Misión

Somos una empresa que ofrece prendas de vestir de calidad y diseños exclusivos que permiten a las mujeres Santos de los Últimos Días vestir con prendas únicas que las hacen diferenciarse.

5.1.2. Visión

Ser una empresa reconocida en el Perú y a nivel latinoamericano por brindar productos únicos, de gran calidad y con variados diseños modestos y recatados.

5.1.3. Objetivos estratégicos

En el Cuadro N° 5.1 se muestran los objetivos estratégicos institucionales, de marketing, operacionales, financieros y en los recursos humanos.

CUADRO N° 5.1 Objetivos estratégicos de la empresa

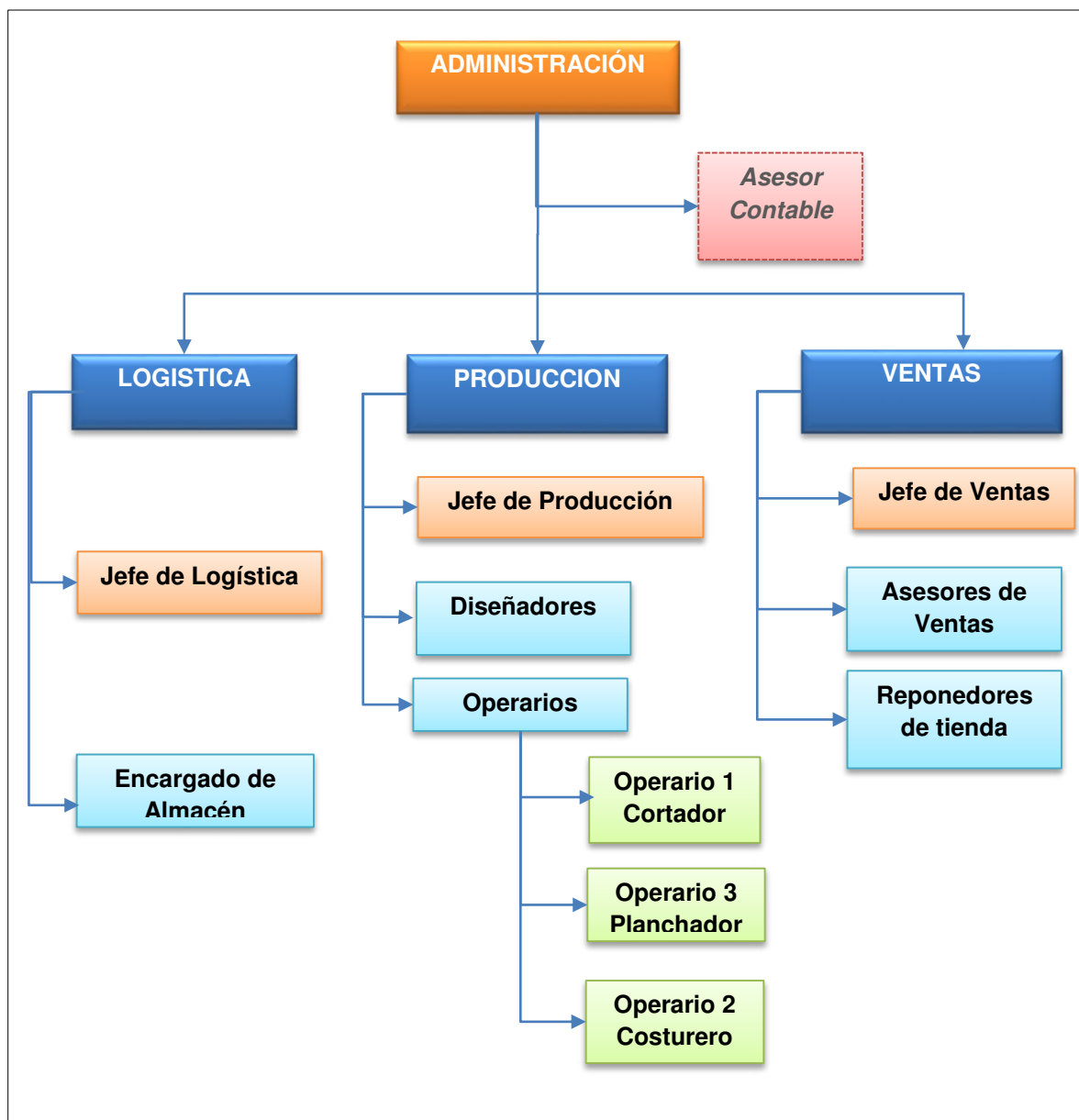
AREA	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS
Institucionales	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Posicionar la empresa en el mercado al que va dirigido ofreciendo prendas de vestir exclusivas, modestas, recatadas y de calidad. ✓ Ganar la confianza de las mujeres Santos de los Últimos Días en Lima - Metropolitano. ✓ Una vez posicionada la marca, promocionar la empresa a nuevos mercados en Latinoamérica.
Marketing	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Destinar un porcentaje del presupuesto de gasto de ventas para la realización de publicidad, promociones de ventas y merchandising. ✓ Lanzar promociones y nuevas colecciones de prendas de vestir por lo menos una vez en cada estación del año con el fin de incrementar la demanda por parte de las mujeres Santos de los Últimos Días. ✓ Lograr un sólido posicionamiento en el mercado.
Operacionales	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Monitorear constantemente el proceso de producción de las prendas de vestir con el fin de optimizar la capacidad máxima de producción. ✓ Evitar tiempos muertos durante el proceso de producción con el fin de incrementar la productividad. ✓ Desarrollar cada etapa del proceso de producción con eficiencia. ✓ Optimizar en todo momento los insumos utilizados.
Financieros	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Lograr la máxima rentabilidad sobre la inversión.
Recursos Humanos	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Contar con el capital humano idóneo para cada puesto, para ello será necesario realizar una óptima evaluación y selección de personal. ✓ Contar con capital humano motivado y satisfecho.

Fuente: Elaboración propia

5.1.4. Estructura organizacional

En la Figura 5.1 se muestra el organigrama del proyecto dividido en el área de logística, producción y ventas.

FIGURA N° 5.1 Organigrama de la empresa



Fuente: Elaboración propia

5.2. Organización del Equipo de Trabajo

5.3.1. Descripción de posiciones

Según un estudio de tiempos realizado en la empresa Pelito Kids S.A.C. y en base al programa de producción determinado para el presente proyecto, se

considerará los siguientes puestos de trabajo y el número de personas en cada cargo: 1 administrador, 1 asesor contable, 1 jefe de logística, 1 jefe de producción, 1 jefe de ventas, 1 responsable de almacén, 2 diseñadores de moda, 2 cortadores, 2 planchadores, 12 costureros, 2 asesoras de ventas, 2 reponedores de tienda

5.3.2. Manual de organización y funciones

El detalle del manual de organización y funciones se encuentra en el anexo 03.

5.3.3. Proceso de reclutamiento y selección

El proceso de reclutamiento y selección para el capital humano será mediante la bolsa de trabajo de institutos, universidades, anuncios en periódicos y páginas especializadas como Aptitus, Computrabajo, Bumeran y otros.

Se publicarán los requerimientos de personal por la empresa especificando requisitos y características, luego se establecerá una fecha límite de entrega de hojas de vida para luego pasar a la fase de entrevistas y por último se seleccionará a los postulantes que cumplan con los requisitos específicos para cada puesto.

Para reclutar y seleccionar a los diseñadores se considerará una prueba práctica en la que el postulante pueda demostrar sus habilidades para la creación y diseño de nuevas prendas.

5.3.4. Política salarial y fijación de sueldos

El contrato inicial de los trabajadores será por un periodo de 6 meses y renovaciones posteriores mayor a 1 año. Se considerará realizar un incremento de los sueldos en 5% para el tercer y quinto año.

5.3. Marco Legal

5.4.1. Legislación laboral

Se tendrá en cuenta la legislación laboral vigente y la modalidad de contratación de plazo determinado; por lo cual se deberá elaborar un manual interno de trabajo que regule los deberes y derechos del empleador y de trabajador.

Para la determinación de los tipos de contratos se toma como base legal los principios de la libertad de contratar (Art.2 Inc.14 Constitución Política del Per de 1993), las normas que regulan los contratos (Título I, Sección Primera, Libro VII del Código Civil) y por otro lado a la libertad contractual (Art.1354 del Código Civil), que da la libertad de determinar el contenido de los contratos.

Trabajo en sobre - tiempo

Se tendrá en cuenta lo referido al trabajo en sobre-tiempo, ya que se considera que durante algunas temporadas la producción se elevará o los pedidos serán mayores; la legislación laboral considera que el trabajo en sobre-tiempo es voluntario, tanto en su otorgamiento como en su prestación. Nadie puede ser obligado a trabajar horas extras, salvo en los casos justificados en que la labor resulte indispensable a consecuencia de un hecho fortuito o fuerza mayor que ponga en peligro inminente a las personas o los bienes del centro de trabajo o la continuidad de la actividad productiva. Así mismo el tiempo trabajado que exceda a la jornada diaria o semanal se considera sobre-tiempo y se abona con un recargo a convenir, que para las dos primeras horas no podrá ser inferior al veinticinco por ciento (25%) por hora calculado sobre la remuneración percibida

por el trabajador en función del valor hora correspondiente y treinta y cinco por ciento (35%) para las horas restantes.

5.4.2. Legislación tributaria

Se acatará la legislación tributaria vigente, se tomará en cuenta lo siguiente:

- ✓ Impuesto General a las Ventas: 18% de las ventas.
- ✓ Régimen MYPE Tributario de Impuesto a la Renta: Declaración anual y pago de impuesto según decreto legislativo N° 1269 de la Ley N° 30506 se aprobó la aplicación del Régimen MYPE Tributario desde el 1 de enero del 2017 del Impuesto a la Renta que será de 29,5% cuando las ganancias sean mayores a las 15 UIT y de 10% cuando sea menor a las 15 UIT.
- ✓ Contribuciones de ESSALUD: Es el 9% del sueldo del trabajador.

Esta empresa será considerada en un inicio como pequeña empresa, ya que comprenderá hasta 100 trabajadores y las ventas anuales no sobrepasarán las 1700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).

5.4.3. Registro de marca

La entidad encargada de este registro es la Dirección de Signos Distintivos del INDECOPI para el registro de marcas, nombres comerciales, lemas comerciales, marcas colectivas y marcas de certificación.

5.4.4. Constitución de una empresa

Según el Estudio contable V & E, los pasos para constituir una empresa son:

a) Búsqueda y reserva del nombre de la empresa en Registros Públicos

En primer lugar, debemos acudir a la Oficina de Registros Públicos, en este caso la SUNARP, y verificar que no exista en el mercado un nombre o razón social igual al que queremos para la empresa. Luego se tiene que hacer la reserva de nombre de empresa.

b) Elaboración de la minuta

La minuta es un documento en el cual los miembros de la sociedad manifiestan su voluntad de constituir la empresa, y en donde se señalan todos los acuerdos respectivos.

La minuta consta del pacto social y los estatutos, además de los insertos que se puedan adjuntar a ésta. Es recomendable elaborar la minuta con la ayuda de un abogado de confianza.

c) Elevar minuta a escritura pública

Una vez redactada la minuta y firmada por los socios, esta se debe llevar a una notaría para que un notario público la revise y la eleve a escritura pública para luego ser firmadas por los socios.

d) Inscribir Escritura Pública en Registros Públicos

Una vez que hemos obtenido la Escritura Pública, debemos llevarla a la Oficina de Registros Públicos en donde se realizarán los trámites necesarios para inscribir la empresa en los Registros Públicos.

e) Obtención del número de RUC

El Registro Único de Contribuyentes (RUC) es lo que identifica a una persona o empresa ante la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT) para el pago de los impuestos. Toda Persona Natural o Jurídica está obligada a inscribirse en el RUC, de lo contrario será sancionada de acuerdo con el Código Tributario, igual que los inscritos en el RUC que no presenten la declaración.

f) Elegir régimen tributario

En la SUNAT, a la vez que se tramita la obtención del RUC, se debe determinar a qué régimen tributario se acogerá la empresa, que en el proyecto es al Régimen General.

Una vez que se cuenta con el número de RUC y un régimen tributario, se puede imprimir los comprobantes de pago (boleta y/o factura) que se utilizarán.

g) Comprar y legalizar libros contables

En este paso se compran los libros contables necesarios, dependiendo del régimen tributario al cual se haya acogido la empresa y, posteriormente, se llevan a una notaría para que sean legalizados por un notario público.

h) Inscribir trabajadores en Es Salud

En este paso se registran a los trabajadores ante el Seguro Social de Salud (Es Salud) a través de un formulario que se puede obtener en la misma SUNAT. Este registro permite a los trabajadores acceder a las prestaciones que otorga dicha entidad.

i) Solicitud de licencia municipal

Se sabe que la empresa alquilará locales en el distrito de la Victoria. Por tanto, para obtener la licencia municipal de dicho lugar se requiere algunos procedimientos y requisitos como solicitud y Declaración Jurada debidamente llenada, vigencia de Poder del Representante Legal de la empresa, la autorización sectorial que corresponda y realizar pagos por derechos administrativos

Puesto que la empresa contará con locales menores a 100 metros cuadrados, la obtención de licencia municipal es rápida, en un plazo máximo de 5 días. Ingresado el expediente y luego del proceso de verificación e inspección aprobatoria que corresponda, se emitirá la Resolución y Certificado de Autorización de Funcionamiento.

Por otro lado, para el local del distrito de Los Olivos, el procedimiento para la obtención de la licencia de funcionamiento es el siguiente:

- a) Solicitud con carácter de Declaración Jurada, incluyendo el número de RUC y DNI o Carné de extranjería del solicitante tratándose de Persona Natural o Jurídica según corresponda.
- b) Vigencia de poder de representante legal, en el caso de personas jurídicas u otros entes colectivos. Carta poder simple en caso de Persona Natural.
- c) Declaración Jurada de Observancia de Condiciones de Seguridad o Inspección Técnica de Seguridad en Defensa Civil de Detalle o Multidisciplinaria, según corresponda.

d) Adicionalmente de ser el caso, serán exigibles los siguientes requisitos:

- ✓ Copia simple de título profesional en caso de servicios relacionados con la salud.
- ✓ Indicar número de estacionamientos en Declaración Jurada.
- ✓ Copia simple de autorización sectorial
- ✓ Copia simple de autorización expedida por INC de ser el caso.

CAPÍTULO 6: INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO

6.1. Inversión en Activos Fijos y Capital de Trabajo

6.1.1. Inversión y depreciación del activo fijo tangible

En el Cuadro N° 6.1 se muestra la inversión y depreciación de los activos fijos tangibles. La mayor inversión corresponde maquinarias y equipos, los cuales fueron cotizados en dólares y por ello se trabajó con el tipo de cambio según la SUNAT de S/. 3,28 por dólar americano al 25 enero del 2017.

CUADRO N° 6.1 Inversión y depreciación del activo fijo

Concepto	Inversión				Depreciación/ Amortización		
	Cant.	Unidad	Costo sin IGV (S/.)	Total (S/.)	Tasa	Total (S/.)	Valor Residual
Maquinaria y Equipo (1)				52 514		5 251	26 257
Máquina Recta semiindustrial	4	Unidad	2 690	10 758	10%	1 076	5 379
Máquina Remalladora semiindustrial	3	Unidad	3 228	9 683	10%	968	4 841
Máquina Recubridora semiindustrial	3	Unidad	3 496	10 489	10%	1 049	5 245
Ojaladora	1	Unidad	6 724	6 724	10%	672	3 362
Botonera	1	Unidad	6 993	6 993	10%	699	3 496
Cortadora de tela	1	Unidad	2 286	2 286	10%	229	1 143
Planchador industrial	1	Unidad	5 379	5 379	10%	538	2 690
Plancha simple a vapor	1	Unidad	202	202	10%	20	101
Equipos de Procesamiento de Datos (2)				16 386		2 292	4 925
Teléfonos fijo	4	Unidad	59	236	20%	47	0

Celular	5	Unidad	70	350	20%	70	0
Computadora	7	Unidad	1 700	11 900	15%	1 785	2 975
Impresora simple	3	Unidad	300	900	10%	90	450
Impresora para patronaje	1	Unidad	3 000	3 000	10%	300	1 500
Mobiliario (3)				32 218		3 222	16 109
Módulo de Ventas	2	Unidad	600	1 200	10%	120	600
Colgadores	100	Unidad	1	100	10%	10	50
Percheros	12	Unidad	100	1 200	10%	120	600
Probadores	2	Unidad	100	200	10%	20	100
Espejos	2	Unidad	35	70	10%	7	35
Maniqués de cuerpo completo	8	Unidad	350	2 800	10%	280	1 400
Maniqués de medio cuerpo	20	Unidad	175	3 500	10%	350	1 750
Estante metal para telas y/o productos	6	Unidad	950	5 700	10%	570	2 850
Estante metal de materiales/ útiles	5	Unidad	820	4 100	10%	410	2 050
Locker metálico	2	Unidad	500	1 000	10%	100	500
Mesa de costura	12	Unidad	120	1 440	10%	144	720
Mesa para planchar	2	Unidad	100	200	10%	20	100
Mesa de reunión	1	Unidad	470	470	10%	47	235
Mesa de corte de tela	1	Unidad	1 168	1 168	10%	117	584
Mesa de inspección con cajones	2	Unidad	375	750	10%	75	375
Coche con malla	2	Unidad	450	900	10%	90	450
Silla de plástico y metal	22	Unidad	60	1 320	10%	132	660
Silla Giratoria con respaldo	7	Unidad	150	1 050	10%	105	525
Escritorio de oficina	10	Unidad	400	4 000	10%	400	2 000
Estante para oficina	3	Unidad	350	1 050	10%	105	525
TOTAL ACTIVO FIJO TANGIBLE				101 118		10 765	47 291

Fuente: Elaboración Propia

6.1.2. Inversión y amortización del activo fijo intangible

Está formada por las investigaciones que se hicieron en el estudio contable V&E o en la municipalidad de La Victoria y Los Olivos. La mayor inversión será en las licencias de uso de software, según se muestra en el Cuadro N° 6.2.

CUADRO N° 6.2 Inversión y amortización del intangible

Concepto	Inversión				Amortización		
	Cant.	Unidad	Costo sin IGV (S/.)	Total (S/.)	Tasa	Total (S/.)	Valor Residual

Constitución y Organización de Empresa				2 635		527	0
Constitución de empresa	1	Unidad	560	560	20%	112	0
Licencias Municipales	3	Unidad	285	855	20%	171	0
Anuncios Publicitarios	2	Unidad	200	400	20%	80	0
Comprobantes de pago	1	Millar	720	720	20%	144	0
Libros de Contabilidad	1	Unidad	100	100	20%	20	0
Licencia de Software				2 299		460	0
Licencia Microsoft Office	1	Unidad	1 299	1 299	20%	260	0
Licencia Software de Diseño	1	Unidad	1 000	1 000	20%	200	0
Otros				2 190		438	0
Reclutamiento de Personal	2	Unidad	120	240	20%	48	0
Remodelación de Local	3	Unidad	500	1 500	20%	300	0
Imprevistos	3	Unidad	150	450	20%	90	0
TOTAL DE ACTIVOS FIJOS INTANGIBLES				7 124		1 425	0

Fuente: Elaboración Propia

A continuación, se muestra un resumen de la inversión total en activos fijos tangibles e intangibles para el área de producción y para el área administrativa y ventas, según se muestra en el cuadro N° 6.3. Esta inversión se realizará en los dos últimos meses del año 2017.

CUADRO N° 6.3 Consolidado de la inversión en activos fijos

Inversión Activos Fijos (S/.)	108 242
- Área de Producción	65 522
- Área de Administración y Ventas	42 720
IGV pagado Activos Fijos (S/.)	19 484
Total Inversión Activos Fijos con IGV (S/.)	127 726

Fuente: Elaboración propia

6.1.3. Capital de trabajo

El capital de trabajo se determinó elaborando un diagrama de flujo para el primer mes de operaciones de la empresa, según se muestra en el Cuadro N° 6.4.

CUADRO N° 6.4 Inversión en capital de trabajo

CONCEPTO	ene-18
Ingresos (S/.)	0
Ingresos por ventas al contado	0
Egresos (S/.)	200 085
Pago de Materiales al Contado	164 133
Pago de Materiales al Crédito	
Mano de obra de producción	24 548
Materiales Indirectos de producción	397
Gastos de Administración	11 007
Gastos de Ventas	
SALDO NETO (Ingresos - Egresos)	-200 085
Total Inversión en Capital de Trabajo (S/.)	200 085

Fuente: Elaboración propia

A continuación, se muestra a detalle la inversión en capital de trabajo:

a) Materia prima directa

En el Cuadro N° 6.5 se observa una lista detallada de la materia prima directa que se utilizará para la producción de cada prenda de vestir, además se detalla la cantidad y el costo de cada insumo.

El resultado final es el costo total al que se incurrirá en materiales directos según el tipo de prenda que se vaya a producir.

Para definir el costo de los diversos materiales, se ha hecho una lista de precios con las cotizaciones realizadas.

CUADRO N° 6.5 Materiales directos de producción por producto

Materiales	Unidad	Cantidad	Costo (S/ Sin IGV
Blusa casual (Mangas Cortas)			S/. 20,54
Tela	Metro	1,20	S/. 17,71
Botones	unidad	6,00	S/. 0,49
Aplicaciones	-	1,00	S/. 1,64
Hilo	Cono	0,20	S/. 0,66
Etiqueta	Unidad	1,00	S/. 0,04
Falda casual (Hasta la rodilla)			S/. 25,67
Tela externa	Metro	1,00	S/. 14,76
Tela interna(forro)	Metro	0,80	S/. 7,87
Cierre	Metro	0,30	S/. 0,86
Aplicaciones	-	1,00	S/. 1,64
Hilo	Cono	0,15	S/. 0,49
Etiqueta	Unidad	1,00	S/. 0,04
Vestido casual (Mangas cortas y hasta la rodilla)			S/. 40,02
Tela externa	Metro	1,50	S/. 22,14
Tela interna(forro)	Metro	1,40	S/. 13,78
Cierre	Metro	0,50	S/. 1,44
Aplicaciones	-	1,00	S/. 1,64
Hilo	Cono	0,30	S/. 0,98
Etiqueta	Unidad	1,00	S/. 0,04
Vestido elegante (Mangas cortas y hasta la rodilla)			S/. 51,41
Tela externa	Metro	1,50	S/. 33,21
Tela interna(forro)	Metro	1,40	S/. 13,78
Cierre	Metro	0,50	S/. 1,44
Aplicaciones	-	1,00	S/. 1,64
Hilo	Cono	0,40	S/. 1,31
Etiqueta	Unidad	1,00	S/. 0,04
Vestido de novia (Mangas cortas y hasta los tobillos)			S/. 158,71
Tela	Metro	3,00	S/. 123,00
Tela interna(forro)	Metro	2,00	S/. 19,68
Cierre	Metro	1,00	S/. 2,87
Hilo	Cono	1,00	S/. 3,28
Aplicaciones	-	6,00	S/. 9,84
Etiqueta	Unidad	1,00	S/. 0,04

Fuente: Elaboración propia

b) Mano de obra directa e Indirecta

En lo referido a mano de obra directa se ha realizado el Cuadro N° 6.6, en el que se detallan las remuneraciones de los trabajadores.

Puesto que la empresa venderá diseños exclusivos se considera que gran parte del éxito de los modelos recae en el diseñador y es por esto que se le asigna un sueldo por encima de los demás operarios.

Se ha considerado CTS 8,2%, ESSALUD 9% y AFP 12% del sueldo básico. Se pagará 12 sueldos al año.

CUADRO N° 6.6 Presupuesto de gasto de personal y servicios de terceros

Concepto	N° de trabajadores	Sueldo Fijo Mensual (S/.)	CTS (S/.)	ES SALUD (S/.)	AFP (S/.)	Sueldo Mensual Total (S/.)	Sueldo Anual (S/.)
SUELDO MANO DE OBRA DIRECTA						5 814	294 576
Diseñador	2	1 500	123	135	180	1 938	46 512
Operario 1 (cortador)	2	1 000	82	90	120	1 292	31 008
Operario 2 (costureros)	12	1 000	82	90	120	1 292	186 048
Operario 3 (planchador)	2	1 000	82	90	120	1 292	31 008
SUELDO ADMINISTRACIÓN						8 333	100 001
Administrador	1	1 700	139	153	204	2 196	26 357
Jefe de Logística	1	1 500	123	135	180	1 938	23 256
Jefe de Producción	1	1 500	123	135	180	1 938	23 256
Encargado de Almacén	1	900	74	81	108	1 163	13 954
Asesor contable (Terciarizado)	1	850	70	77	102	1 098	13 178
SUELDO VENTAS						4 199	77 520
Jefe de ventas	1	1 500	123	135	180	1 938	23 256
Asesor de venta	2	900	74	81	108	1 163	27 907
Reponedor de tienda	2	850	70	77	102	1 098	26 357
TOTAL SUELDO DE PERSONAL						18 346	472 097

Fuente: Elaboración propia

c) Costos y gastos indirectos de fabricación

En el Cuadro N° 6.7 se enumeran todos los costos y gastos indirectos de fabricación expresado en soles, considerados para el proyecto a un horizonte de cinco años. Se ha determinado un incremento en porcentaje de cada costo o gasto indirecto en base a un estudio que se hizo en la empresa textil PELITO KIDS S.A.C., luego se halló el incremento global de 6,39% que se aplicó a cada gasto y para cada año.

CUADRO N° 6.7 Costos y gastos indirectos de fabricación

Costo o gasto indirecto (S/.)	% incremento anual	2018	2019	2020	2021	2022
Electricidad	42,98%	1 490	1 585	1 687	1 794	1 909
Agua	8,64%	600	638	679	723	769
Teléfono e Internet	0,00%	90	90	90	90	90
Tizas sastre	0,35%	84	89	95	101	108
Papel de molde	0,35%	240	255	272	289	307
Agujas por paquete	0,35%	60	64	68	72	77
Alfileres por paquete	0,35%	60	64	68	72	77
Agujas para máquinas #14 (por 10 unidades)	1,21%	240	255	272	289	307
Cinta métrica	0,17%	60	64	68	72	77
Regla	0,52%	60	64	68	72	77
Aceite 250 ml para maquina	2,88%	96	102	109	116	123
Bolsas para entregas de prendas	40,30%	1 400	1 489	1 585	1 686	1 794
Uniformes para operarios	8,29%	288	306	326	347	369
TOTAL DE MATERIALES	106,39%	4 768	5 067	5 385	5 723	6 083

Fuente: Elaboración propia

d) Gastos de administración

En el Cuadro N° 6.8 se muestra el detalle de estos gastos expresado en soles, los cuales están formados en su gran mayoría por el alquiler de locales en un

20% del total de gastos administrativos y por el pago de sueldos en 66% del total de gastos administrativos.

CUADRO N° 6.8 Gastos administrativos

Gastos administrativos (S/.)	2018	2019	2020	2021	2022
Útiles de escritorio	250	250	250	250	250
Útiles de limpieza	200	200	200	200	200
Sueldos del personal de Administración	100 001	105 001	110 251	115 763	121 552
Plan de capacitación	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000
Alquileres (Incluye pago de arbitrios)	28 000	24 000	24 000	24 000	24 000
Mantenimiento y Reparación del local	0	750	750	750	750
Teléfono e Internet	1 320	1 320	1 320	1 320	1 320
Imprevistos 1%	1 308	1 325	1 378	1 433	1 491
TOTAL SIN IGV	132 079	133 846	139 149	144 716	150 562
TOTAL CON IGV	155 853	157 938	164 195	170 765	177 664
IGV	23 774	24 092	25 047	26 049	27 101

Fuente: Elaboración propia

e) Gastos de ventas

En el Cuadro N° 6.9 se muestra los gastos de ventas expresado en soles, en el cual se incluyen los sueldos del personal de ventas y además los gastos incurridos por concepto de marketing y publicidad como revistas, tarjetas de presentación, volantes, etc.

CUADRO N° 6.9 Gastos de ventas

Gastos de ventas (S/.)	2018	2019	2020	2021	2022
Publicidad	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000
Merchandising	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000
Alquileres (Incluye pago de arbitrios)	30 800	26 400	26 400	26 400	26 400
Sueldo del personal de ventas	77 520	81 396	85 466	89 739	94 226
Uniformes de Asesores de Venta	120	120	120	120	120
Mantenimiento y Reparación de locales	0	750	750	750	750
Teléfono e Internet	1 320	1 320	1 320	1 320	1 320
Imprevistos 1%	1 128	1 130	1 171	1 213	1 258
TOTAL SIN IGV	113 888	114 116	118 226	122 542	127 074

TOTAL CON IGV	134 387	134 657	139 507	144 600	149 948
IGV	20 500	20 541	21 281	22 058	22 873

Fuente: Elaboración propia

6.2. Cronograma de Inversiones

Se ha planteado que solo se hará la primera inversión expresado en soles en la proyección de 5 años, luego de este periodo de tiempo se evaluará posibles futuras inversiones, según se muestra en el Cuadro N° 6.10.

La ejecución de las inversiones iniciales en activos fijos tangibles e intangibles se dará en los 2 últimos meses del año 2017 y con respecto a la inversión en capital de trabajo se dará en el primer mes del año 2018.

CUADRO N° 6.10 Cronograma de inversiones

Inversiones (S/.)	0	1	2	3	4	5
Inversión AF (con IGV)	127 726					
Inversión CT Inicial (con IGV)	236 101					
Total Inversión (con IGV)	363 827					

Fuente: Elaboración propia

6.3. Plan de Financiamiento

6.3.1. Inversión total y su financiamiento

Se ha determinado la inversión total sumando las inversiones de activos fijos y capital de trabajo. Para el financiamiento se obtendrá una deuda de 40% del monto total de inversión y el restante será el aporte de los accionistas. Estos porcentajes se determinaron en base a la capacidad de inversión de los

accionistas y el restante se optó por un préstamo bancario de una de las entidades financieras del país.

CUADRO N° 6.11 Inversión total y financiamiento

Concepto	S/.	
Inversión AF (con IGV)	127 726	
Inversión CT Inicial (con IGV)	236 101	
Total Inversión (con IGV)	363 827	Porcentaje de financiamiento
Deuda	145 531	40%
Aporte Propio (Accionistas)	218 296	60%
Total Financiamiento	363 827	100%

Fuente: Elaboración propia

6.3.2. Financiamiento de inversión

La amortización de la deuda se realizará en cuatro cuotas de capital constante, con una tasa de interés promedio según la Superintendencia de Banca y Seguros y AFP de 16,99% anual, a la fecha 18 de febrero del 2017. En el cuadro N° 6.12 se observa que al terminar el año 2021 se terminó de pagar toda la deuda adquirida.

CUADRO N° 6.12 Calendario de pago de deuda

Concepto (S/.)	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Amortización (Capital)		36 383	36 383	36 383	36 383	0
Intereses (Gastos Financieros)		24 726	18 544	12 363	6 181	0
Total Cuota (Capital + Intereses)		61 108	54 927	48 745	42 564	0
Saldo Deudor	145 531	109 148	72 765	36 383	0	0

Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO 7: PRESUPUESTOS DE INGRESOS Y EGRESOS

7.1. Ingresos por Ventas

Las ventas en unidades se determinaron en base a la política de inventarios de 4% de la producción para posibles eventualidades de baja producción en prendas de vestir o casos imprevistos en la demanda. Por otro lado, los precios de venta unitarios se determinaron en base al estudio de mercado y al análisis de fijación de precios que se muestra en el anexo 02. El Cuadro N° 7.1 muestra las ventas que serán cobradas al contado.

CUADRO N° 7.1 Ventas e ingresos por ventas

Concepto	0	1	2	3	4	5
Ventas (Unidades)		64 284	83 918	101 945	120 358	139 164
Blusa casual		20 571	26 854	32 622	38 515	44 532
Falda casual		20 571	26 854	32 622	38 515	44 532
Vestido casual		22 500	29 371	35 681	42 125	48 707
Vestido elegante		579	755	918	1 083	1 252

Vestido de novia		64	84	102	120	139
Precio de Venta (S./Unidad)						
Blusa casual		32	32	32	32	32
Falda casual		32	32	32	32	32
Vestido casual		54	54	54	54	54
Vestido elegante		77	77	77	77	77
Vestido de novia		592	592	592	592	592
Ingresos por Ventas (S/.)		2 614 127	3 412 525	4 145 582	4 894 352	5 659 094

Fuente: Elaboración propia

7.2. Costos Operativos Desembolsables

En el Cuadro N° 7.2 se muestra el costo de producción variable por producto que incluye los insumos y materiales que se usaran en las prendas de vestir, los cuales se determinaron con anterioridad. Los otros costos operativos fijos incluyen teléfono, internet, luz, agua y desagüe, alquileres, útiles de limpieza, útiles de oficina, etc.

CUADRO N° 7.2 Costos operativos desembolsables

Costo de Producción Variable	S/. / Unidad
Blusa casual	21
Falda casual	26
Vestido casual	40
Vestido elegante	51
Vestido de novia	159

Mano de Obra (sin participación de trabajadores) (S/.)	472 097
- Área de Producción (S/.)	294 576
- Área de Administración y Ventas (S/.)	177 521
Otros Costos Operativos Fijo (S/.)	73 213
- Área de Producción (S/.)	4 768
- Área de Administración y ventas (S/.)	68 445

Fuente: Elaboración propia

7.2.1. Presupuesto de ventas, producción e inventario de productos terminados

Se ha determinado en base a la política de inventarios del 4% anual y el plan de producción establecida, según se muestra en el Cuadro N° 7.3 expresado en unidades físicas.

CUADRO N° 7.3 Presupuesto de ventas, producción e inventario de productos terminados

Concepto (Unidades)	0	1	2	3	4	5
Ventas		64 284	83 918	101 945	120 358	139 164
Inventario Final de Productos Terminados		2 679	3 385	4 107	4 844	5 597
Inventario Inicial de Productos Terminados		0	2 679	3 385	4 107	4 844
Producción		66 963	84 624	102 666	121 095	139 917

Fuente: Elaboración propia

7.2.2. Participación de trabajadores e impuesto a las ganancias

En el cuadro N° 7.4 se muestra el ahorro fiscal que se ha calculado en base al 10% de participación de trabajadores y 29.5% de impuesto a las ganancias.

CUADRO N° 7.4 Participación de trabajadores e impuesto a las ganancias

Participación trabajadores	10%	De utilidad antes de Impuesto a la renta
Impuesto a las ganancias	29,5%	De utilidad después participación de trabajadores
Ahorro fiscal	36,6%	De la Utilidad antes de participación de trabajadores e impuesto a la renta.

Fuente: Elaboración propia

7.2.3. Costo de producción

En el Cuadro N° 7.5 se ha determinado el costo de producción anual expresado en soles, sumando los costos variables de materiales e insumos que se usaran en la prenda de vestir, la mano de obra de operarios y diseñadores. Los otros costos operativos fijos hacen referencia a electricidad, agua, teléfono, etc.

CUADRO N° 7.5 Costo de producción

Concepto (S/.)	0	1	2	3	4	5
Costo Variable		1 890 816	2 468 303	2 998 528	3 540 119	4 093 262
Mano de Obra (sin participación de trabajadores)		294 576	309 305	324 770	341 009	358 059
Participación de Trabajadores		8 803	22 005	33 474	45 136	56 991
Depreciación		8 245	8 245	8 245	8 245	8 245
Otros Costos Operativos Fijos		4 768	5 067	5 385	5 723	6 083
Total Costo de Producción		2 207 209	2 812 925	3 370 402	3 940 232	4 522 641

Fuente: Elaboración propia

7.2.4. Gastos operativos

En el Cuadro N° 7.6 se detallan los gastos expresado en soles, incluyen mano de obra del personal de administración y ventas, depreciación de activos fijos en

esta área y otros costos operativos fijos como internet, teléfono, útiles de oficina, etc.

CUADRO N° 7.6 Gastos operativos

Concepto (S/.)	0	1	2	3	4	5
Mano de Obra (sin participación de trabajadores)		177 521	186 397	195 717	205 503	215 778
Participación de Trabajadores		5 305	13 261	20 173	27 201	34 345
Depreciación		3 945	3 945	3 945	3 945	3 945
Otros Costos Operativos Fijos		68 445	60 065	60 158	60 256	60 359
Total Gastos Operativos		255 217	263 668	279 993	296 905	314 427

Fuente: Elaboración propia

7.2.5. Costos y gastos total en fase operativa

Es la suma de costos de producción y gastos operativos obtenidos con anterioridad expresados en soles, según el Cuadro N° 7.7.

CUADRO N° 7.7 Costos y gastos total en fase operativa

Concepto (S/.)	0	1	2	3	4	5
Costo Variable de Producción		1 890 816	2 468 303	2 998 528	3 540 119	4 093 262
Costo Mano de Obra (sin participación trabajadores)		472 097	495 702	520 487	546 511	573 837
Participación de Trabajadores		14 108	35 265	53 647	72 337	91 336
Depreciación		12 190	12 190	12 190	12 190	12 190
Otros Costos Operativos Fijos		73 213	65 132	65 543	65 979	66 442
Total Costos Operativos		2 462 425	3 076 592	3 650 395	4 237 137	4 837 068
Gastos financieros		24 726	18 544	12 363	6 181	0
Total Costos en operación		2 487 151	3 095 137	3 662 758	4 243 318	4 837 068

Fuente: Elaboración propia

7.3. Análisis del Punto de Equilibrio

En base a los costos fijos, costos variables y precios de venta se determinó el punto de equilibrio en unidades físicas al año para cada una de las prendas de vestir que se fabricarán en la empresa, según se muestra en el Cuadro N° 7.8.

Por otro lado, se deberán tomar medidas para optimizar al máximo la capacidad de planta para superar el punto de equilibrio.

CUADRO N° 7.8 Análisis de punto de equilibrio

Concepto	0	1	2	3	4	5
Costos Fijos (S/. / Año)		596 334	626 834	664 230	703 199	743 805
Mano de Obra (sin Participación Trabajadores)		486 205	530 967	574 134	618 848	665 173
Depreciación		12 190	12 190	12 190	12 190	12 190
Otros Costos Operativos Fijos		73 213	65 132	65 543	65 979	66 442
Gastos Financieros		24 726	18 544	12 363	6 181	0
Precio de Venta Unitario (S/. / Unidad de Blusa casual)		32	32	32	32	32
Precio de Venta Unitario (S/. / Unidad de Falda casual)		32	32	32	32	32
Precio de Venta Unitario (S/. / Unidad de Vestido casual)		54	54	54	54	54
Precio de Venta Unitario (S/. / Unidad de Vestido elegante)		77	77	77	77	77
Precio de Venta Unitario (S/. / Unidad de Vestido de novia)		592	592	592	592	592
Costos Variable Unitario (S/. / Unidad de Blusa casual)		21	21	21	21	21
Costos Variable Unitario (S/. / Unidad de Falda casual)		26	26	26	26	26
Costos Variable Unitario (S/. / Unidad de Vestido casual)		40	40	40	40	40
Costos Variable Unitario (S/. / Unidad de Vestido elegante)		51	51	51	51	51

Costos Variable Unitario (S/. / Unidad de Vestido de novia)		159	159	159	159	159
Volumen de Equilibrio (Unidades de Blusa casual/ Año)		52 041	52 041	52 041	52 041	52 041
Volumen de Equilibrio (Unidades de Falda casual / Año)		94 148	94 148	94 148	94 148	94 148
Volumen de Equilibrio (Unidades de Vestido casual / Año)		42 644	42 644	42 644	42 644	42 644
Volumen de Equilibrio (Unidades de Vestido elegante / Año)		23 307	23 307	23 307	23 307	23 307
Volumen de Equilibrio (Unidades de Vestido de novia/ Año)		1 376	1 376	1 376	1 376	1 376

Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO 8: EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA

8.1. Estado de Resultados

8.1.1. Estado de Resultados sin deuda

En el Cuadro N° 8.1 se muestra el estado de resultados sin deuda expresado en soles, donde la ganancia neta del proyecto ha ido en aumento conforme pasan los años.

CUADRO N° 8.1 Estado de resultados sin deuda

Concepto (S/.)	0	1	2	3	4	5
Ingresos por Ventas		2 614 127	3 412 525	4 145 582	4 894 352	5 659 094
(-) Costo de Ventas		2 118 920	2 788 696	3 348 103	3 917 439	4 499 345
Ganancia Bruta		495 207	623 829	797 478	976 913	1 159 750
(-) Gastos Operativos		255 217	263 668	279 993	296 905	314 427
(-) Participación Trabajadores	0	23 999	36 016	51 749	68 001	84 532
Ganancia Operativa	0	215 991	324 145	465 737	612 008	760 791
(-) Gastos Financieros	0	0	0	0	0	0
Utilidad Antes de impuesto a Ganancias	0	215 991	324 145	465 737	612 008	760 791
Utilidad Imponible		215 991	324 145	465 737	612 008	760 791

(-) Impuesto a las Ganancias	0	63 717	95 623	137 392	180 542	224 433
Ganancia Neta	0	152 274	228 522	328 345	431 465	536 358

Fuente: Elaboración propia

8.1.2. Estado de Resultados con deuda

En el Cuadro N° 8.2 se muestra el estado de resultados con deuda expresado en soles, donde la ganancia neta del proyecto ha ido en aumento conforme pasan los años.

CUADRO N° 8.2 Estado de resultados con deuda

Concepto (S/.)	0	1	2	3	4	5
Ingresos por Ventas		2 614 127	3 412 525	4 145 582	4 894 352	5 659 094
(-) Costo de Ventas		2 118 920	2 788 696	3 348 103	3 917 439	4 499 345
Ganancia Bruta		495 207	623 829	797 478	976 913	1 159 750
(-) Gastos Operativos		255 217	263 668	279 993	296 905	314 427
(-) Participación Trabajadores	0	21 526	34 162	50 512	67 383	84 532
Ganancia Operativa	0	218 464	326 000	466 973	612 626	760 791
(-) Gastos Financieros	0	24 726	18 544	12 363	6 181	0
Utilidad Antes de Impuesto a Ganancias	0	193 738	307 455	454 610	606 445	760 791
Utilidad Imponible		193 738	307 455	454 610	606 445	760 791
(-) Impuesto a las Ganancias	0	57 153	90 699	134 110	178 901	224 433
Ganancia Neta	0	136 585	216 756	320 500	427 543	536 358

Fuente: Elaboración propia

8.2. Determinación del Costo de Capital

8.2.1. Costo de oportunidad de los accionistas

El retorno mínimo que esperan los inversionistas es del 13,9% anual sobre sus aportes a dicha empresa, porcentaje que se calculó por el método de valuación de capital:

$$k_{proy} = r_f + \beta_{proy} \times [r_m - r_f] + riesgopais$$

rendimiento hoy
diferencial periodo más largo posible
diferencial hoy

$$K_{proy} = 1,86\% + 1,14 \times 8,45\% + 2,36\%$$

$$K_{proy} = 13,9\%$$

8.2.2. Costo de capital

El retorno mínimo que se espera del proyecto es del 12,6% anual sobre la inversión total para la creación de la empresa y se calculó según se muestra en el Cuadro N° 8.3.

CUADRO N° 8.3 Costo de capital

Financiamiento de Inversión (Año 0)		Costo Efectivo	Costo Neto
Concepto	Participación		
Deuda Bancaria	40%	17,0%	10,8%
Aporte de Accionistas	60%	13,9%	13,9%
Costo de Capital			12,6%

Fuente: Elaboración Propia

8.3. Rentabilidad Económica

8.3.1. Flujo de caja económico

En el Cuadro N° 8.4 se muestra el flujo de caja económico, donde no se considera desembolso de deuda bancaria y por tanto no hay amortizaciones de deuda o pago de intereses. Se observa en el cuadro que en el tercer año de operaciones de la empresa se tiene un saldo neto de caja positivo.

CUADRO N° 8.4 Flujo de caja económico

Concepto (S/.)	0	1	2	3	4	5
Ingresos Operativos:						
Ingresos por Ventas (Cobranzas con IGV)		3 084 670	4 026 780	4 891 786	5 775 336	6 677 731
Total Ingresos Operativos	0	3 084 670	4 026 780	4 891 786	5 775 336	6 677 731
Egresos Operativos:						
Pago Costo de Producción (con IGV)		2 531 366	3 227 882	3 869 387	4 525 103	5 195 287
Pago Gastos de Operación (con IGV)		258 286	257 274	266 703	276 605	287 001
Pago del IGV Neto		61 519	219 755	194 672	231 886	269 890
Total Egresos Operativos	0	2 851 170	3 704 910	4 330 763	5 033 593	5 752 178
Saldo Neto Operativo (Antes Part. e Imp.Gan.)	0	233 500	321 870	561 024	741 743	925 553
Desembolso Deuda Bancaria	0					
Valor Residual						428 282
(-) Inversión en Activos Fijos (con IGV)	127 726					
(-) Inversión en Capital de Trabajo (con IGV)	236 101					
(-) Amortización Deuda		0	0	0	0	0
(-) Pago Intereses Deuda		0	0	0	0	0
(-) Pago Participación de Trabajadores		0	23 999	36 016	51 749	68 001
(-) Pago Impuesto a las Ganancias		63 717	95 623	137 392	180 542	224 433
Saldo Neto de Caja (Ingresos - Egresos)	-363 827	169 782	202 248	387 615	509 452	1 061 401
Valor Presente	-363 827	150 738	159 421	271 264	316 537	585 505
Valor Presente Acumulado	-363 827	-213 089	-53 668	217 596	534 132	1 119 638

Fuente: Elaboración Propia

8.3.2. Indicadores de rentabilidad económica

Se observa en el Cuadro N° 8.5 que el Valor Presente Neto Económico es positivo, por tanto, se deduce que hay ganancia monetaria neta luego de

recuperar la inversión en la proyección de 5 años. El rendimiento porcentual de la inversión o Tasa Interna de Retorno Económico es 73,4 % anualmente, el cual es mayor al costo de capital esperado del proyecto que fue un 17%. La productividad del capital invertido o beneficio-coste económico es de 4,08, que es mayor a la unidad, por tanto, es favorable para el proyecto. El período de recupero de capital es de 3 años.

Los indicadores de rentabilidad económica confirman que el proyecto es viable a través del tiempo y es favorable crear una empresa que diseñará, producirá y comercializará prendas de vestir para mujeres SUD en Lima – Metropolitana.

CUADRO N° 8.5 Indicadores de rentabilidad económica

Valor Presente Neto Económico VPNE	S/. 1 119 638
Tasa Interna de Retorno Económico TIRE	73,4% Anual
Beneficio- Costo Económico B/CE	4,08
Periodo de recupero de Capital Económico PRCE	3 Años

Fuente: Elaboración Propia

8.4. Rentabilidad Financiera

8.4.1. Flujo de caja financiero

El cuadro N° 8.6 se muestra el flujo de caja financiero, donde se considera desembolso de deuda bancaria y por tanto hay amortizaciones de deuda o pago de intereses. Se observa en el cuadro expresado en soles que, en el tercer año de operaciones, la empresa tiene un saldo neto de caja positivo.

CUADRO N° 8.6 Flujo de caja financiero

Concepto (S/.)	0	1	2	3	4	5
Ingresos Operativos:						
Ingresos por Ventas (Cobranzas con IGV)		3 084 670	4 026 780	4 891 786	5 775 336	6 677 731
Total Ingresos Operativos	0	3 084 670	4 026 780	4 891 786	5 775 336	6 677 731
Egresos Operativos:						
Pago Costo de Producción (con IGV)		2 531 366	3 227 882	3 869 387	4 525 103	5 195 287
Pago Gastos de Operación (con IGV)		258 286	257 274	266 703	276 605	287 001
Pago del IGV Neto		61 519	219 755	194 672	231 886	269 890
Total Egresos Operativos	0	2 851 170	3 704 910	4 330 763	5 033 593	5 752 178
Saldo Neto Operativo (Antes Part. e Imp.Gan.)	0	233 500	321 870	561 024	741 743	925 553
Desembolso Deuda Bancaria	145 531					
Valor Residual						428 282
(-) Inversión en Activos Fijos (con IGV)	127 726					
(-) Inversión en Capital de Trabajo (con IGV)	236 101					
(-) Amortización Deuda		36 383	36 383	36 383	36 383	0
(-) Pago Intereses Deuda		24 726	18 544	12 363	6 181	0
(-) Pago Participación de Trabajadores		0	14 108	35 265	53 647	72 337
(-) Pago Impuesto a las Ganancias		63 503	100 777	149 011	475 048	595 953
Saldo Neto de Caja (Ingresos - Egresos)	-218 296	108 888	152 057	328 002	170 483	685 546
Valor Presente	-218 296	95 625	117 271	222 151	101 402	358 088
Valor Presente Acumulado	-218 296	-122 671	-5 400	216 750	318 152	676 240

Fuente: Elaboración Propia

8.4.2. Indicadores de rentabilidad financiera

Se observa en el Cuadro N° 8.7 que el Valor Presente Neto Financiero es positivo, por tanto, se deduce que hay ganancia monetaria neta luego de

recuperar la inversión en la proyección de 5 años. El rendimiento porcentual de la inversión o Tasa Interna de Retorno Financiero es 79,3 % anualmente, el cual es mayor al costo de oportunidad esperado por los inversionistas que fue un 13,9% anual y mayor al TIRE. La productividad del capital invertido o beneficio-costo financiero es de 4,1, que es mayor a la unidad, por tanto, es favorable para el proyecto. El período de recupero de capital financiero es de 3 años.

Los indicadores de rentabilidad económica confirman que el proyecto es viable a través del tiempo y favorable crear una empresa que diseñará, producirá y comercializará prendas de vestir para mujeres SUD en Lima – Metropolitana.

CUADRO N° 8.7 Indicadores de rentabilidad financiera

Valor Presente Neto Financiero VPNF	S/. 676 240
Tasa Interna de Retorno Financiero TIRF	79,3% Anual
Beneficio- Costo Financiero B/CF	4,1
Periodo de recupero de Capital Financiero PRCF	3 Años

Fuente: Elaboración Propia

8.5. Análisis de Riesgo

8.5.1. Sensibilidad del VPN ante cambios en precio y costo variable

Se ha calculado la sensibilidad del VPNE ante cambios en precio y costo variable de algunas prendas de vestir, según se observa en el Cuadro N° 8.8 para faldas y en el Cuadro N° 8.9 para vestidos.

En los cuadros se observa resaltado el VPNE para los precios y costos establecidos para las prendas de vestir en el proyecto, para los valores negativos del VPN, el precio y costo no son una buena alternativa.

a) **En falda**

CUADRO N° 8.8 Sensibilidad VPNE - Precio y costo en falda

		Costo Variable (S./Unidad)			
		16	26	36	46
Precio de Venta (S./Unidad)	22	654 951	144 793	-509 673	-1 121 317
	32	1 168 926	659 216	149 058	-502 582
	42	1 682 902	1 173 192	663 481	153 324
	52	2 196 878	1 687 168	1 177 457	667 746
	62	2 710 854	2 201 143	1 691 433	1 181 722

Fuente: Elaboración Propia

Se calculó la elasticidad del VPNE con respecto al precio de la falda en 1,28 y con respecto al costo variable de este en -0,48.

b) **En Vestido:**

CUADRO N° 8.9 Sensibilidad VPNE - Precio y costo en vestido

		Costo Variable (S./Unidad)			
		30	40	50	60
Precio de Venta (S./Unidad)	34	108 550	-609 891	-1 311 372	-2 180 606
	44	672 467	113 361	-602 623	-1 304 104
	54	1 234 628	677 132	118 027	-595 355
	64	1 796 789	1 239 293	681 797	122 692
	74	2 358 950	1 801 454	1 243 958	686 462

Fuente: Elaboración Propia

Se calculó la elasticidad del VPNE con respecto al precio del vestido en 2,46 y con respecto al costo variable de este en -1,35.

8.5.2. Sensibilidad de la TIR ante Cambios en nivel de Deuda y Tasa de Interés

Se ha calculado la sensibilidad de la TIRE ante cambios en porcentaje de deuda de la inversión inicial y la tasa de interés cobrado por el banco.

En el Cuadros N° 8.10 se observa resaltado la TIR para el nivel de deuda de 40% de la inversión y tasa de interés en 17% establecidos en el proyecto.

Se observa que en cualquier circunstancia es TIR es positivo.

CUADRO N° 8.10 Sensibilidad TIRE - Nivel de Deuda y tasa de interés

		Tasa de Interés (% Anual)			
		17%	18%	19%	20%
Nivel de Deuda (% Inversión en Activos Fijos)	30%	73.2%	73.0%	72.8%	72.6%
	40%	79.3%	79.1%	78.8%	78.5%
	50%	87.3%	86.9%	86.5%	86.1%
	60%	98.1%	97.5%	96.9%	96.3%

TIRE → 39%

Fuente: Elaboración Propia

8.6. Efectos Sociales del Proyecto

En el proyecto se evaluará el impacto social, para ello se elaborará un análisis cualitativo y cuantitativo de los efectos sociales del proyecto y concluir de manera general si el proyecto produjo los efectos deseados en las personas, hogares e instituciones.

La evaluación del impacto social del proyecto comprenderá los procesos de análisis, seguimiento y gestión de las consecuencias sociales, voluntarias e

involuntarias, tanto positivas como negativas, de las intervenciones planeadas en la sociedad como programas y proyectos para la comunidad en Lima-Metropolitana, así como cualquier proceso de cambio social, afectado por dichas intervenciones de la empresa.

Los efectos sociales que se tendrán con la ejecución del proyecto, las cuales serán analizados y evaluados son la creación de varios puestos de empleo para profesionales, diseñadores, operarios de máquinas, etc. Así mismo se generará ingresos para otras empresas que ofertan servicios y productos, se dará mayor contribución al Estado con el pago de tributos como Impuesto General a las Ventas e Impuesto a la Renta, se brindará seguridad económica y en salud a los trabajadores en la empresa, se logrará la satisfacción de necesidades de una parte de la población en Lima - Metropolitana, en cuanto a la adquisición de prendas de vestir.

Para un mejor análisis del impacto social que tendrá el proyecto se plantea algunos indicadores según se muestra en el Cuadro N° 8.11.

CUADRO N° 8.11 Indicadores de impacto social del proyecto

Indicador	Instrumento	Categorías	Criterios de Medida
Satisfacción de necesidades del cliente.	Cuestionario de estado de satisfacción.	- Muy satisfecho.	+1
		- Satisfecho.	+0.5
		- No definido.	0
		- Insatisfecho.	-0.5
		- Muy insatisfecho.	-1

Apoyo Organizacional.	<ul style="list-style-type: none"> - Observación. - Encuesta a jefes de áreas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Gran apoyo. - Mediano apoyo. - Bajo apoyo. 	<ul style="list-style-type: none"> - Todos coinciden en que hay gran apoyo. - Hay diferencia en los criterios - Todos coinciden en que hay bajo apoyo.
-----------------------	--	--	---

Fuente: Elaboración Propia

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

1. Dadas las condiciones esenciales para el desarrollo del presente proyecto, la ejecución del mismo es viable operativa, técnica y económicamente.
2. Existe un alto potencial de crecimiento de la empresa ya sea por la gran cantidad de mujeres Santos de los Últimos Días insatisfechas con lo que el mercado ofrece o por aumento del número de miembros de la Iglesia en Lima Metropolitana.
3. Las prendas que más demandan las mujeres Santos de los Últimos Días son las blusas, faldas y vestidos casuales.
4. Los proveedores de la empresa se encuentran ubicados en Lima Metropolitana.
5. El taller de producción y el área administrativa de la empresa se ubicarán en el distrito de La Victoria, principalmente por las facilidades de acceso y cercanía a los proveedores y a clientes.
6. La inversión inicial total asciende a S/. 363 827, los inversionistas aportarán el 60% de dicha inversión que equivale a S/. 218 296; el 40% restante por S/.145 531 se financiaría con un préstamo de la banca comercial.
7. La rentabilidad económica y la rentabilidad financiera del proyecto resulta 73,4% anual y 79,3% anual respectivamente.

Recomendaciones

1. Realizar estudios de mercado en otros departamentos del Perú y otros países para evaluar la aceptación de las prendas de vestir que fabricará esta empresa.
2. Planear a largo plazo la apertura de tiendas en diversos países de Latinoamérica.
3. Promover la demanda de prendas de vestir recatados y modestos en mujeres a nivel nacional.
4. Planear la oferta de diversos accesorios o complementos a las prendas de vestir.

BIBLIOGRAFÍA

1. Burton L., Stephen C., Reeves L., (2014), (**Declaración de la Sociedad de Socorro, Manual: La mujer Santo de los Últimos Días**). En https://www.lds.org/bc/content/shared/content/spanish/pdf/language-materials/31113_spa.pdf?lang=spa. Visitado 08 diciembre 2016.
2. Chiavenato I. (2009) Gestión del Talento Humano. 2da edición, Edit. McGraw Hill., D.F., México.
3. Cook, M. N., (2014), (Artículo: **“El modo de vestir y la apariencia: Deja que el Espíritu te enseñe”**, Artículos para jóvenes). En <https://www.lds.org/youth/article/dress-and-appearance-let-the-holy-spirit-guide?lang=spa>. Visitado 09 enero 2017
4. Córdova Zamora, M. (2003) Estadística descriptiva e inferencial. 5ta edición, Edit. Moshera S. R. L., Lima, Perú.
5. Cuba Bautista, E. (2014), (**Procedimientos para obtener la Licencia de Funcionamiento**). En http://www.munilavictoria.gob.pe/portal/index_licfuncionamiento.php?page=ldf_frm_proc_olic. Visitado 20 enero 2017.
6. Grados Carraro, A. (2016), (Artículo: **Gobierno alista instalación de mesa de trabajo a favor de la industria textil**). En <http://gestion.pe/economia/gobierno-alista-instalacion-mesa-trabajo-favor-industria-textil-2173884>. Visitado 10 diciembre 2016.
7. Domínguez, S. (2016), (Artículo: **Perú es segundo mayor exportador de prendas de vestir en Alianza del Pacífico**). En <http://www.andina.com.pe/agencia/noticia-peru-es-segundo-mayor-exportador-prendas-vestir-alianza-del-pacifico-608409.aspx>. Visitado 20 noviembre 2016.

8. Monson T. S., Eyring H. B., Uchtdorf, (2014), (**El modo de vestir y la apariencia, Folleto: Para la fortaleza de la Juventud**). En <https://www.lds.org/youth/for-the-strength-of-youth/dress-and-appearance?lang=spa>. Visitado: 08 enero 2017

9. Parra, G., (2014), (**Análisis del crecimiento de la Iglesia en Lima, Perú, El Faro mormón, una luz a las naciones información**). En <http://www.elfaromormon.org/analisis-del-crecimiento-de-la-iglesia-en-lima-peru/>. Visitado 03 enero 2017.

10. Quispe Llanos, R., (2008), (**Censos Nacionales 2007 XI de Población y VI de Vivienda, INEI**). En <http://censos.inei.gob.pe/censos2007/documentos/ResultadoCPV2007.pdf>. Visitado: 20 noviembre 2016.

11. Sala de Prensa - Iglesia de Jesucristo de los Santos de Los Últimos días, SPI - JSUD, (2015), (**Datos y estadísticas de la Iglesia de Jesucristo de los Santos de los Últimos Días, Sala de Prensa en Perú**). En <http://www.noticiasmormonas.org.pe/datos-y-estadist%C3%ADcas/>. Visitado 04 enero 2015.

12. Schydlosky Rosenberg, D.M. (2015), (**Tasa de interés promedio del sistema financiero para créditos a la microempresa**). En http://www.sbs.gob.pe/app/stats/TasaDiaria_3micro.asp. Visitado 20 diciembre 2016

13. Sipper D., Bulfin R. (1998) Planeación y control de la producción. 1ra edición, Edit. McGraw Hill., D.F., México.

14. Velarde, J., (2016), (**Reporte de Inflación: Panorama actual y proyecciones macroeconómicas 2017 – 2018, Banco Central de Reserva del Perú**). En <http://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Reporte-Inflacion/2017/junio/reporte-de-inflacion-junio-2017.pdf>. Visitado 02 julio de 2016.

ANEXOS

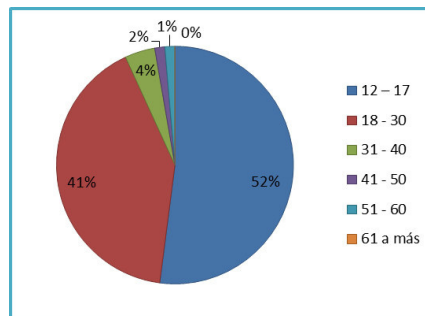
ANEXO 01.

RESULTADOS Y ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS

Se tomó como muestra a 73 mujeres SUD, con los siguientes resultados:

1. Señale su edad:

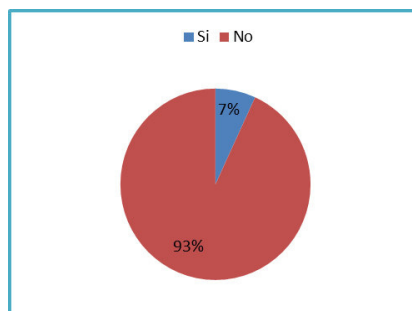
Edad	N° de encuestados	Porcentaje
12 – 17	38	52%
18 - 30	30	41%
31 - 40	3	4%
41 - 50	2	2%
51 - 60	1	1%
61 a más	0	0%



Se observa que el 52% de las encuestadas se encuentran en el rango de edad entre los 12 y 17 años. La mayoría de miembros mujeres SUD son jóvenes.

2. Cada vez que realiza sus compras, ¿Le es fácil encontrar modelos de prendas de vestir que sean según las normas de la Iglesia?

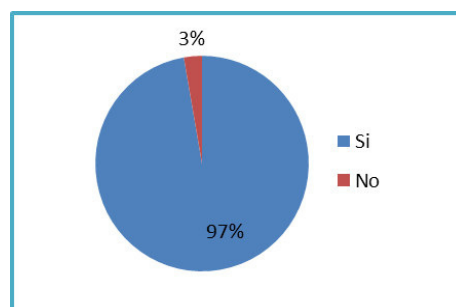
¿Fácil encontrar modelos de prendas?	N° de encuestados	Porcentaje
Si	5	7%
No	68	93%



Para el 93% es difícil encontrar una tienda que ofrezca prendas de vestir formales con diseños recatados, cortes no profundos, escotes moderados, etc.

3. ¿Estaría dispuesta a comprar en una sola tienda prendas de vestir con diseños que vayan de acuerdo a las normas de la Iglesia?

¿Estaría dispuesta a comprar en una sola tienda prendas que sean según normas de la Iglesia?	N° de encuestados	Porcentaje
Si	71	97%
No	2	3%

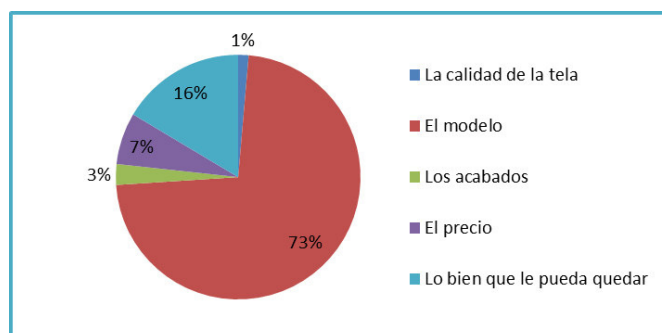


En este caso vemos que casi la totalidad de las personas encuestadas, véase el 97%, sí estaría dispuesta a comprar en una sola tienda modelos de prendas de vestir que sean acordes con las normas de la Iglesia.

4. ¿Al momento de comprar prendas de vestir para usar en la Iglesia, qué es lo primero que tomaría en cuenta?

Preferencias del cliente	N° de encuestados	Porcentaje
--------------------------	-------------------	------------

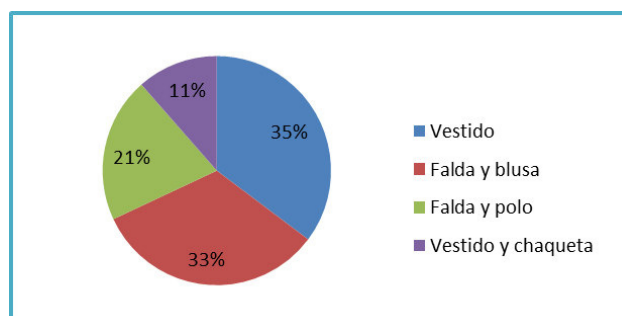
La calidad de la tela	1	1%
El modelo	53	73%
Los acabados	2	3%
El precio	5	7%
Lo bien que le pueda quedar	12	16%



Se aprecia que un 73% de las personas encuestadas prefiere y toma en cuenta, al momento de comprar ropa para uso en la Iglesia, el modelo de la prenda que va escoger.

5. ¿Qué tipo de prenda de vestir prefiere usualmente para ir a la Iglesia?

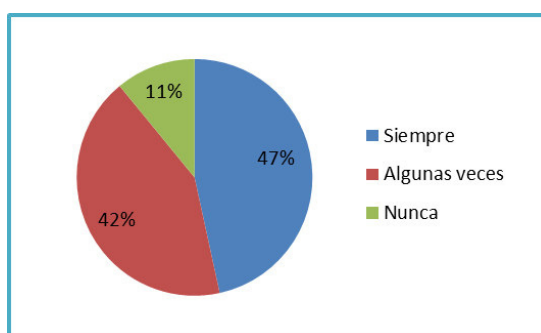
Prenda de vestir	Frecuencia	Porcentaje
Vestido	43	35%
Falda y blusa	40	33%
Falda y polo	25	20%
Vestido y chaqueta	14	11%



Se puede apreciar que el tipo de prenda de vestir que prefieren las mujeres SUD son los vestidos (35%), aunque no hay mucha diferencia con respecto a la preferencia de la falda y blusa (33%).

6. Cuando usted realiza una compra de ropa para la Iglesia, le gustaría recibir asesoría adecuada por parte del vendedor.

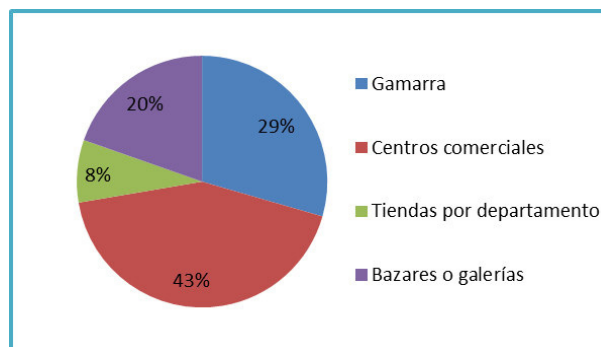
¿Le gustaría recibir asesoría del vendedor?	N° de encuestados	Porcentaje
Siempre	34	47%
Algunas veces	31	42%
Nunca	8	11%



A casi la mitad de las personas encuestadas le gustaría siempre recibir una asesoría adecuada por parte del vendedor, por otro lado un 42% indica que solo algunas veces le gustaría recibir asesoría.

7. ¿A cuál de estos lugares suele acudir con mayor frecuencia para comprar sus prendas de vestir?

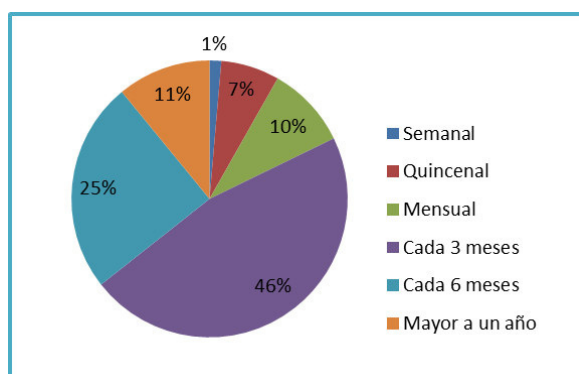
Lugar de compra	Frecuencia	Porcentaje
Gamarra	33	29%
Centros comerciales	48	43%
Tiendas por departamento	9	8%
Bazares o galerías	22	20%



Poco menos de la mitad (43%) de las personas encuestadas acude a centros comerciales para realizar sus compras, seguido de Gamarra con un 29% y en menor medida están tiendas por departamentos y galerías.

8. ¿Con qué frecuencia compra usted su ropa para usar en la Iglesia?

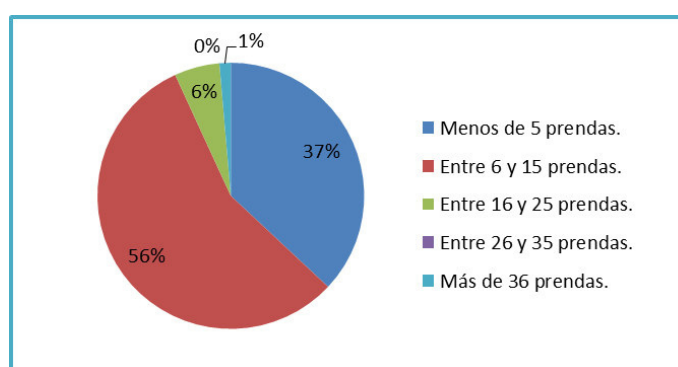
Frecuencia de compra	Nº de encuestados	Porcentaje
Semanal	1	1%
Quincenal	5	7%
Mensual	7	10%
Cada 3 meses	34	46%
Cada 6 meses	18	25%
Mayor a un año	8	11%



La mayoría de personas encuestadas con un 46% realiza sus compras de ropa formal cada 3 meses, y en menor porcentaje (25%) cada 6 meses.

9. ¿Cuántas prendas (blusas, faldas, vestidos) para uso en la Iglesia compras en promedio al año?

Cantidad de prendas	N° de encuestados	Porcentaje
Menos de 5 prendas.	27	37%
Entre 6 y 15 prendas.	41	56%
Entre 16 y 25 prendas.	4	5%
Entre 26 y 35 prendas.	0	0%
Más de 36 prendas.	1	1%

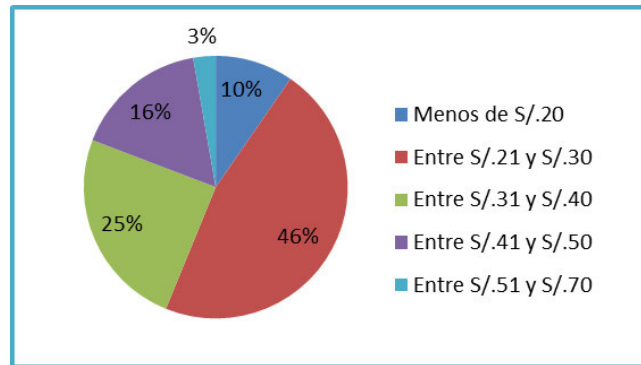


Más de la mitad de personas con un 56% compra entre 6 a 15 prendas al año y un 37% compra menos de 5 prendas al año.

10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar en promedio al comprar una prenda de vestir para usar en la Iglesia? Tome en cuenta el precio al que compra sus prendas actualmente.

a) Blusa casual

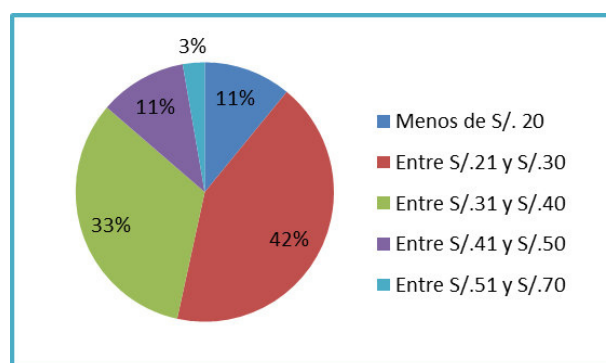
Precio de blusa casual	N° de encuestados	Porcentaje
Menos de S/.20	7	10%
Entre S/.21 y S/.30	34	47%
Entre S/.31 y S/.40	18	25%
Entre S/.41 y S/.50	12	16%
Entre S/.51 y S/.70	2	3%



En cuanto a la blusa casi la mitad de las personas encuestadas estarían dispuestas a pagar en promedio entre 21 y 30 soles, sin embargo unos datos que también se tomarán en cuenta es el precio entre 31 y 40 soles ya que representan el 25% de las personas encuestadas.

b) Falda casual

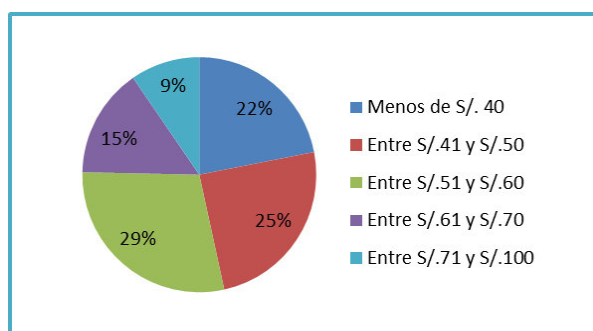
Precio de falda casual	N° de encuestados	Porcentaje
Menos de S/. 20	8	11%
Entre S/.21 y S/.30	31	42%
Entre S/.31 y S/.40	24	33%
Entre S/.41 y S/.50	8	11%
Entre S/.51 y S/.70	2	3%



En cuanto a la falda casi la mitad de las personas encuestadas (42%) estarían dispuestas a pagar en promedio entre 21 y 30 soles, y un 33% pagarían entre 30 y 40 soles.

c) Vestido casual

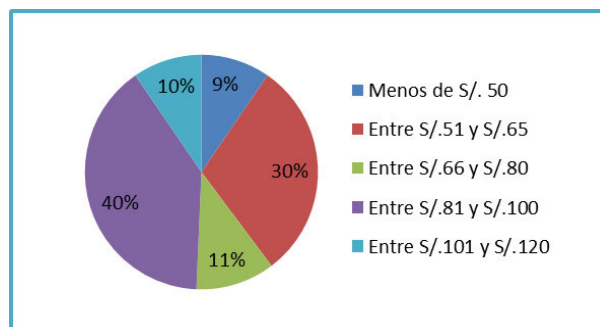
Precio de vestido casual	N° de encuestados	Porcentaje
Menos de S/. 40	16	22%
Entre S/.41 y S/.50	18	25%
Entre S/.51 y S/.60	21	29%
Entre S/.61 y S/.70	11	15%
Entre S/.71 y S/.100	7	10%



Aquí se puede observar que por la compra de un vestido casual las personas no suelen tener preferencias en cuanto a un precio determinado y esto se refleja en los porcentajes que no muestran diferencias muy grandes, siendo ligeramente mayor el precio que va entre 51 a 60 soles.

d) Vestido elegante

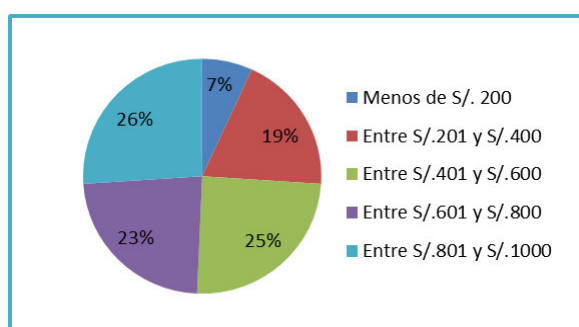
Precio de vestido elegante	N° de encuestados	Porcentaje
Menos de S/. 50	7	10%
Entre S/.51 y S/.65	22	30%
Entre S/.66 y S/.80	8	11%
Entre S/.81 y S/.100	29	40%
Entre S/.101 y S/.120	7	10%



En cuanto a un vestido elegante hay más preferencia en los precios que van desde 81 soles hasta los 100 soles con un 40% y con un 30% está la preferencia de precios que van desde los 51 a 65 soles.

e) Vestido de novia

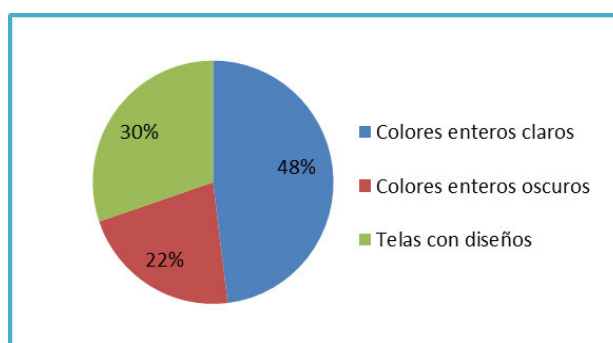
Precio de vestido de novia	N° de encuestados	Porcentaje
Menos de S/. 200	5	7%
Entre S/ .201 y S/.400	14	19%
Entre S/.401 y S/.600	18	25%
Entre S/.601 y S/.800	17	23%
Entre S/.801 y S/.1000	19	26%



En cuanto a la compra de un vestido de novia podemos apreciar que los precios que están más dispuestas a pagar las mujeres SUD son los que van desde 401 a 1000 soles.

11. ¿Qué color de prendas de vestir prefiere para uso casual en la Iglesia? (Puede marcar más de 1 opción)

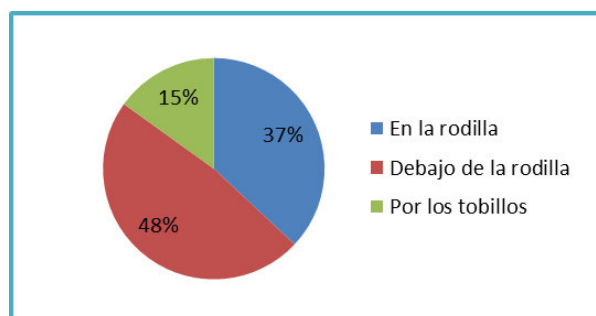
Color de prendas	Frecuencia	Porcentaje
Colores enteros claros	62	48%
Colores enteros oscuros	28	22%
Telas con diseños	39	30%



Casi la mitad de las personas encuestadas prefiere colores enteros claros, y con menor porcentaje (33%) hay una preferencia por las telas con diseños. Solo un 22% prefiere los colores enteros oscuros.

12. ¿A qué altura prefiere la falda o vestido?

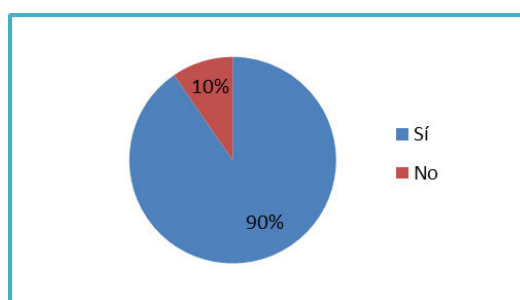
Altura de falda o vestido	Nº de encuestados	Porcentaje
En la rodilla	27	37%
Debajo de la rodilla	35	48%
Por los tobillos	11	15%



Del cuadro se evidencia que el 48% de las encuestadas prefiere que la altura de la falda o el vestido estén por debajo de las rodillas, un 37% prefiere que esté a la altura de sus rodillas y solo un 15% lo prefiere por los tobillos.

13. Si en la tienda donde compra sus prendas de vestir para la Iglesia se puede hacer un pedido exclusivo de un modelo o diseño que desea o le gusta ¿haría este pedido?

¿Pediría un modelo exclusivo?	Nº de encuestados	Porcentaje
Sí	66	90%
No	7	10%



Aproximadamente el 90% de las mujeres SUD estarían interesadas en hacer un pedido exclusivo de una prenda de vestir según sus gustos y preferencias.

ANEXO 02:

ANÁLISIS DE FIJACIÓN DE PRECIOS DE PRENDAS DE VESTIR EN BASE AL ESTUDIO DE MERCADO

Se ha determinado el precio de las diferentes prendas de vestir por el método de distribución de frecuencias por intervalos, que se aplicó a la pregunta de la encuesta realizada “¿Cuánto estaría dispuesto a pagar en promedio al comprar una prenda de vestir para usar en la Iglesia? Tome en cuenta el precio al que

compra sus prendas actualmente. A continuación se detalla el cálculo para cada prenda de vestir:

a) Blusa casual

Precio de blusa casual	Marca de Intervalo	N° de encuestados	Productos
Menos de S/.20	S/. 20,00	7	S/. 140,00
Entre S/.21 y S/.30	S/. 25,50	34	S/. 867,00
Entre S/.31 y S/.40	S/. 35,50	18	S/. 639,00
Entre S/.41 y S/.50	S/. 45,50	12	S/. 546,00
Entre S/.51 y S/.70	S/. 60,50	2	S/. 121,00
Total		73	S/. 2 313,00

El precio medio de venta será aproximadamente el valor de $2\,313 / 73 = \text{S/. } 31,68$ y por ello se puede concluir que cada mujer Santo de los Últimos Días pagaría en promedio 32 soles al momento de adquirir una blusa casual.

b) Falda casual

Precio de falda casual	Marca de Intervalo	N° de encuestados	Productos
Menos de S/.20	S/. 20,00	8	S/. 160,00
Entre S/.21 y S/.30	S/. 25,50	31	S/. 790,50
Entre S/.31 y S/.40	S/. 35,50	24	S/. 852,00
Entre S/.41 y S/.50	S/. 45,50	8	S/. 364,00
Entre S/.51 y S/.70	S/. 60,50	2	S/. 121,00
Total		73	S/. 2 287,50

El precio medio de venta será aproximadamente el valor de $2\,287,50 / 73 = \text{S/. } 31,34$ y por ello se puede concluir que cada mujer Santo de los Últimos Días pagaría en promedio 32 soles al momento de adquirir una falda casual.

c) Vestido casual

Cantidad de prendas	Marca de Intervalo	N° de encuestados	Productos
Menos de S/. 40	S/. 40,00	16	S/. 640,00
Entre S/.41 y S/.50	S/. 45,50	18	S/. 819,00

Entre S/51 y S/60	S/. 55,50	21	S/. 1 165,50
Entre S/61 y S/70	S/. 65,50	11	S/. 720,50
Entre S/71 y S/100	S/. 85,50	7	S/. 598,50
Total		73	S/. 3 943,50

El precio medio de venta será aproximadamente el valor de $3\,943,50 / 73 = S/. 54,02$ y por ello se puede concluir que cada mujer Santo de los Últimos Días pagaría en promedio 54 soles al momento de adquirir un vestido casual.

d) Vestido elegante

Cantidad de prendas	Marca de Intervalo	N° de encuestados	Productos
Menos de S/. 50	S/. 50,00	7	S/. 350,00
Entre S/51 y S/65	S/. 58,00	22	S/. 1 276,00
Entre S/66 y S/80	S/. 77,00	8	S/. 616,00
Entre S/81 y S/100	S/. 90,50	29	S/. 2 624,50
Entre S/101 y S/120	S/. 110,50	7	S/. 773,50
Total		73	S/. 5 640,00

El precio medio de venta será aproximadamente el valor de $5\,640 / 73 = S/. 77,26$ y por ello se puede concluir que cada mujer Santo de los Últimos Días pagaría en promedio 77 soles al momento de adquirir un vestido elegante.

e) Vestido de novia

Cantidad de prendas	Marca de Intervalo	N° de encuestados	Productos
Menos de S/. 200	S/. 200,00	5	S/. 1 000,00
Entre S/201 y S/400	S/. 300,50	14	S/. 4 207,00
Entre S/401 y S/600	S/. 500,50	18	S/. 9 009,00
Entre S/601 y S/800	S/. 700,50	17	S/. 11 908,50
Entre S/801 y S/1000	S/. 900,50	19	S/. 17 109,50
Total		73	S/. 43 234,00

El precio medio de venta será aproximadamente el valor de $43\,234 / 73 = S/. 592,25$ y por ello se concluye que cada mujer Santo de los Últimos Días pagaría en promedio 592 soles al momento de adquirir un vestido de novia.

ANEXO 03:

MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES

a) Administrador

Cargo	Administrador
Línea de Autoridad	Depende directamente de: No aplica. Ejerce Autoridad sobre: Jefe de logística, Jefe de producción, Jefe de ventas.
Función general	Representar legalmente a la empresa y gestionarla.
Funciones específicas	<ul style="list-style-type: none">✓ Supervisar las labores de los empleados.✓ Planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades.✓ Cumplir y hacer cumplir las normas y reglas de la empresa.✓ Contratar y/o despedir al personal.✓ Manejar los recursos económicos y financieros de la empresa.✓ Llevar a cabo los presupuestos administrativos y de ventas.✓ Realizar los pagos de remuneraciones y gratificaciones.✓ Mantener contacto con los proveedores y encargarse del pago a los mismos.✓ Diseñar y proponer planes de mejora para la empresa.
Requisitos	<ul style="list-style-type: none">✓ Profesional en Administración de Empresas.✓ Conocimiento en finanzas, costos y presupuestos.✓ Capacidad en la toma de decisiones.✓ Capacidad de liderazgo y de motivación.✓ Proactivo (a).✓ Capacidad de comunicación.

b) Asesor Contable (externo)

Cargo	Asesor Contable
--------------	-----------------

Línea de Autoridad	Depende directamente de: Administrador Ejerce Autoridad sobre: No aplica
Función general	Llevar a cabo los aspectos contables y tributarios de la empresa.
Funciones específicas	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Tiene a su cargo la contabilidad y las finanzas. ✓ Velar por el cumplimiento de las Normas y Procedimientos Contables, aceptados por el Sistema de Contabilidad Pública. ✓ Elaboración y análisis de los Estados Financieros de la Entidad. ✓ Supervisar el pago de Remuneraciones en función a la Planilla Única de Pagos, proveedores y pagos de retenciones, firmando los Comprobantes de Pago respectivos.
Requisitos	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Titulado de la carrera profesional de Contabilidad y Finanzas. ✓ Manejo de Microsoft Office profesional y hojas de cálculo a nivel avanzado. ✓ Experiencia mínima de cinco años. ✓ Nivel avanzado en análisis e interpretación de índices y ratios financieros. ✓ Ser responsable y organizado en su trabajo. ✓ Proactivo (a). ✓ Capacidad de comunicación.

c) Jefe de Logística

Cargo	Jefe de Logística
Línea de Autoridad	Depende directamente de: Administrador Ejerce Autoridad sobre: Responsable de Almacén.
Función general	Máximo responsable del correcto funcionamiento, coordinación y organización del área logística de la empresa, tanto a nivel de producto como a nivel de gestión de personal, con el objetivo de

	distribuir a los clientes los pedidos de mercancía en tiempo y calidad.
Funciones específicas	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Búsqueda de proveedores para la compra de insumos. ✓ Gestionar la relación con los proveedores y clientes ✓ Coordinar las diferentes áreas de almacén (entradas, reposición, preparación de pedidos y transporte de los mismos). ✓ Optimizar la política de aprovisionamiento y distribución de la empresa. ✓ Optimizar, organizar y planificar la preparación y distribución de pedidos. ✓ Optimizar procesos de trabajo. ✓ Gestionar y supervisar al personal a su cargo.
Requisitos	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Egresado de la carrera profesional de Ingeniería Industrial. ✓ Conocimientos y experiencia en el área de logística (Administración de Inventarios, Sistemas de Calidad, Buenas Prácticas de Manufactura, Relaciones Humanas, Liderazgo y Administración del Personal) ✓ Paquete Office e Internet a nivel avanzado.

d) Jefe de Producción

Cargo	Jefe de Producción
Línea de Autoridad	<p>Depende directamente de: Administrador</p> <p>Ejerce Autoridad sobre: Diseñadores y operarios como cortadores, planchadores y costureros.</p>
Función general	Máximo responsable del correcto funcionamiento, coordinación y organización del área de producción de la empresa, tanto a nivel de producto como a nivel de gestión de personal, con el objetivo de aumentar la productividad de la planta y eficiencia de los operarios.
Funciones específicas	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Planificación y programación de producción.

	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Supervisión de las líneas de producción durante el proceso productivo. ✓ Coordinación de la distribución de los recursos necesarios de manera idónea. ✓ Supervisa el cumplimiento de los procesos productivos de cada área de trabajo, según cronograma y programación establecida. ✓ Supervisa el desempeño del personal de producción, así como el de la maquinaria y equipo de trabajo. ✓ Presentación oportuna de reportes e informes de producción. ✓ Analiza los imprevistos de producción y soluciona las contingencias.
Requisitos	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Egresado de la carrera profesional de Ingeniería Industrial. ✓ Conocimientos y experiencia en el área de producción de empresas textiles (Sistemas de Calidad, Buenas Prácticas de Manufactura, Relaciones Humanas, Liderazgo y Administración del Personal) ✓ Paquete Office e Internet a nivel avanzado.

e) Jefe de Ventas

Cargo	Jefe de Ventas
Línea de Autoridad	<p>Depende directamente de: Administrador</p> <p>Ejerce Autoridad sobre: Vendedores y reponedores de tiendas.</p>
Función general	Máximo responsable del correcto funcionamiento, coordinación y organización del área de ventas de la empresa.

Funciones específicas	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Preparar planes y presupuestos de ventas, de modo que debe planificar sus acciones y las del departamento. ✓ Establecer metas y objetivos ✓ Calcular la demanda y pronosticar las ventas. ✓ Reclutamiento, selección y capacitación de los vendedores. ✓ Compensa, motiva y guía las fuerzas de venta. ✓ Conducir el análisis de costo de ventas. ✓ Evaluación del desempeño de la fuerza de ventas. ✓ Monitorear todo el procedimiento de ventas, se esté llevando cabo de la forma idónea. ✓ Dirección y diseño de la comunicación en redes sociales.
Requisitos	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Egresado de la carrera de Publicidad, Marketing y/o Ciencias de la Comunicación. ✓ Experiencia como responsable del área de ventas en empresas de la Industria Textil. ✓ Manejo Intermedio del Entorno <i>Windows, Photoshop, Illustration</i> y <i>Corel Draw</i>. ✓ Conocimiento de investigación de mercado, estrategias de promoción y ventas de productos, así como de planeamiento de presupuesto.

f) Responsable de Almacén

Cargo	Responsable de Almacén
Línea de Autoridad	Depende directamente del: Jefe de Logística Ejerce Autoridad sobre: No aplica
Función general	Organiza, coordina y dirige las actividades del almacén. Es responsable por el recibimiento, almacenamiento y distribución de equipos, materiales que se adquieren en la instalación

Funciones específicas	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Realiza la programación de las actividades para recepción, despacho de bienes equipos y materiales ✓ Coordina y supervisa la recepción y despacho de los materiales y equipos. ✓ Verifica que el material y equipo recibido contra el solicitud según la orden de compra. ✓ Verifica que el material y equipo despachado se ajusta a la solicitud según orden de despacho. ✓ Garantiza que el pedido cumpla con las especificaciones solicitadas. ✓ Imparte órdenes para el almacenaje. ✓ Lleva el control de inventario.
Requisitos	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Bachiller de Ingeniería Industrial. ✓ Conocimientos y experiencia en el área de logística. ✓ Paquete <i>Office</i> e Internet a nivel intermedio. ✓ Capacidad de comunicación ✓ Persona ordenada, minuciosa y detallista.

g) Diseñador

Cargo	Diseñador
Línea de Autoridad	Depende directamente del jefe de producción. Ejerce Autoridad sobre: No aplica.
Función general	Llevar a cabo el diseño de los nuevos modelos de prendas de vestir.
Funciones específicas	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Confeccionar los moldes para la confección de las nuevas prendas. ✓ Encargado de la selección de insumos en la compra de estos para la producción. ✓ Realizar la revisión final del producto terminado para su posterior empaquetado. ✓ Si el cliente requiere un diseño personalizado, tratar directamente para la confección de su prenda. ✓ Ordenar y mantener limpia su área de trabajo.

Requisitos	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Técnico en Diseño y confección textil ✓ Dominio en confección de moldes. ✓ Capacidad de trabajo en equipo. ✓ Capacidad de comunicación. ✓ Capacidad de liderazgo. ✓ Persona ordenada, minuciosa y detallista. ✓ Persona creativa e innovadora.
-------------------	--

h) Cortador

Cargo	Cortador
Línea de Autoridad	Depende directamente del jefe de producción. Ejerce Autoridad sobre: No aplica.
Función general	Llevar el corte de las telas con apoyo de los moldes elaborados por el diseñador.
Funciones específicas	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Llevar a cabo el trazado de los moldes en las telas. ✓ Seleccionar y cortar las telas. ✓ Entregar piezas cortadas a los operarios costureros.
Requisitos	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Técnico en corte y confección textil. ✓ Capacidad de trabajo en equipo. ✓ Capacidad de comunicación. ✓ Persona ordenada, minuciosa y detallista. ✓ Capacidad para seguir indicaciones.

i) Planchador

Cargo	Planchador
Línea de Autoridad	Depende directamente del: Jefe de producción. Ejerce Autoridad sobre: No aplica.
Función general	Llevar a cabo el planchado y empaquetado de las prendas terminadas.

Funciones específicas	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Colocar las aplicaciones según el diseño de las prendas. ✓ Una vez terminada la prenda realizar los acabados como cortar hilos o planchar alguna parte. ✓ Empaquetado de las prendas terminadas. ✓ Almacenamiento del producto terminado. ✓ Ordenar y mantener limpia su área de trabajo.
Requisitos	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Técnico en confección textil. ✓ Capacidad de trabajo en equipo. ✓ Capacidad de comunicación. ✓ Persona ordenada, minuciosa y detallista. ✓ Capacidad para seguir indicaciones.

j) **Costurero**

Cargo	Costurero
Línea de Autoridad	Depende directamente del: Jefe de producción Ejerce Autoridad sobre: No aplica.
Función general	Llevar a cabo el armado y cosido de las piezas de las prendas según el tipo y diseño.
Funciones específicas	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Llevar la costura y/o remallado de las piezas de las prendas. ✓ Coser las etiquetas en las prendas. ✓ Colocar el sesgo y cierre de los pantalones, vestidos o blusas. ✓ Realizar el cambio de hilos en las máquinas según los colores requeridos para el diseño. ✓ Mantener en buen estado las máquinas. ✓ Encargarse de la aplicación de aceite a las máquinas según las fechas establecidas. ✓ Avisar a su superior si alguna máquina falla o requiere mantenimiento. ✓ Ordenar y mantener limpia su área de trabajo. ✓ Entregar los pedidos en el tiempo establecido. ✓ Garantizar la calidad del producto.

Requisitos	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Técnico en corte y confección textil. ✓ Capacidad de trabajo en equipo. ✓ Capacidad de comunicación. ✓ Persona ordenada, minuciosa y detallista. ✓ Capacidad para seguir indicaciones.
-------------------	--

k) Asesor de ventas

Cargo	Asesor de ventas
Línea de Autoridad	Depende directamente del: Jefe de ventas Ejerce Autoridad sobre: No aplica.
Función general	Tratar directamente con las clientas y brindarles asesoría en cuanto a las prendas, el diseño, color, etc. para realizar las ventas de los productos.
Funciones específicas	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Dar asesoramiento a las clientas al momento de vender, ayudarlas con el diseño y colores que más les favorece. ✓ Llevar un control de lo vendido. ✓ Mostrar a los clientes los productos y dar a conocer sus características. ✓ En caso de que el cliente quiera personalizar su prenda, mostrarle los catálogos y materiales necesarios para que la clienta pueda elegir y definir su diseño. ✓ Entregar volantes. ✓ Encargada de responder las dudas de los interesados en facebook. ✓ Ordenar y mantener limpia su área de trabajo.
Requisitos	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Estudiante universitaria de preferencia de las carreras de marketing, comunicaciones, administración. ✓ Experiencia en ventas de prendas formales para damas. ✓ Manejo básico de Microsoft Excel. ✓ Persona cordial, que tenga buen trato. ✓ Capacidad de comunicación. ✓ Capacidad para seguir indicaciones.

I) **Reponedora de tienda**

Cargo	Reponedora de tienda
Línea de Autoridad	Depende directamente del: Jefe de ventas Ejerce Autoridad sobre: No aplica.
Función general	Reponer la mercadería en la tienda para realizar las ventas de los productos.
Funciones específicas	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Dar asesoramiento a las clientas si lo requieren, ayudarlas con el diseño y colores que más les favorece. ✓ Llevar un control de lo vendido. ✓ Realizar inventarios periódicamente. ✓ Mostrar a los clientes los productos y dar a conocer sus características. ✓ Entregar volantes. ✓ Ordenar y mantener limpia su área de trabajo.
Requisitos	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Estudiante universitaria de cualquier carrera. ✓ Manejo básico de Microsoft Excel. ✓ Persona cordial, que tenga buen trato. ✓ Capacidad de comunicación. ✓ Capacidad para seguir indicaciones.